

**Faculté des sciences économiques,
sociales, politiques et de communication**

Le monde des musiciens indépendants

Analyse des activités et pratiques des artistes
indépendants belges à la lumière de la sociologie
de Becker

Auteur : Simon DE MUYNCK
Promoteur : Vincent LEGRAND
Lecteur : Christophe PIRENNE
Année académique 2022-2023
Master [120] en sciences de la population et du développement,
à finalité spécialisée: Développement

Avant-propos

Réflexion personnelle

C'est à la suite d'une longue réflexion, qui me parcourt, s'est construite et s'est déconstruite depuis des années, que je me suis décidé à réaliser ce travail final dans le domaine de la musique. Il est monnaie courante résumer le mémoire comme le couronnement de cinq années d'études supérieures. Mais qu'est-ce que l'on entend par « couronnement » ? Entend-on seulement qu'il s'agit d'un travail de recherche réalisé en autonomie (partielle) faisant appel aux savoirs théoriques et pratiques que l'on a acquis durant notre cursus, couplé à une rigueur académique et scientifique ?

J'ai suivi lors de mes premières années d'études supérieures un bachelier en sciences de l'ingénieur, orientation bioingénieur. Âgé de 18 ans, les choses étaient assez simples ; je suivais des cours dans les sciences exactes avec lesquels j'avais toujours été relativement à l'aise, tout en visant de travailler dans une organisation qui aide les personnes vivant dans les pays pauvres étrangers, ou en inventant et découvrant des choses qui révolutionneraient le monde. Sortes de pensées d'un jeune utopiste occidental parcouru par le complexe du sauveur blanc.

Vers la fin de mon bachelier, six mois avant que la covid-19 ne fasse ses valises pour l'Europe et vienne mettre son grain de sel dans notre quotidien, j'ai entamé une descente morale profonde résultant en dépression. L'œil de ce cyclone était bien évidemment chargé de nombreuses choses, dont les plus lourdes étaient des questions. Ainsi, j'ai passé une année de réflexions et pensées incessantes, du moment où j'ouvrais les yeux jusqu'à ce que je m'endorme. J'y ai remis en question tout ce qui me passait sous la main, et pour ainsi dire, la vie dans son ensemble. Ma vision du monde et de moi-même ont été profondément bouleversées. Je pense être heureux d'être passé par là, bien que ce soit plus simple de dire ça une fois que cela est derrière nous ; car cela m'a ouvert à une nouvelle vision du monde beaucoup plus ouverte, plus riche, plus essentielle, plus humble.

Lors de ma dernière année de bachelier, je suis rentré dans un kot-à-projet à Louvain-la-Neuve, collectif étudiant qui regroupe une dizaine de personnes autour d'un projet bien défini et unique sur la campus. Il s'agit du Kapodastre, qui a pour objectif de promouvoir les artistes débutants via l'organisation de scènes ouvertes, leur enregistrement et leur diffusion. Bien que la pratique

musicale avait repris récemment une certaine place dans mon quotidien, c'est l'intégration à ce projet qui m'a réellement introduit et plongé dans l'univers de la musique. Projet que j'ai embrassé du début à la fin, et pour lequel j'ai passé des centaines d'heures que je ne comptais pas. Mon entrée dans ce projet a fait rejaillir les émotions que je ne ressentais plus depuis un temps, et avec elles, le goût du quotidien ; laissant finalement place à la passion.

Dans le même temps, j'ai décidé de me réorienter pour mon master en suivant mon cursus actuel pour lequel je réalise ce travail ; un master de population et développement.

J'ai trouvé beaucoup plus de sens dans les cours et travaux de ce cursus que dans mon précédent, en passant des sciences exactes aux sciences humaines – sorte de retour à la réalité, de reconnexion avec le monde que j'avais quitté pour les formules mathématiques, la modélisation numérique, et les interactions entre composés organiques et inorganiques.

Finalement, via mon parcours, je débouche sur la conclusion personnelle que je dois suivre mes envies et mes passions plutôt que l'engagement, la réussite économique, la carrière, « ce qui est intéressant », etc. Cependant, l'équilibre entre ces pôles est complexe et compliqué à trouver, et je sais qu'il me sera encore parfois difficile de savoir sur quel pied danser. Tout cela peut sembler évident à en devenir bateau. Cependant, lorsqu'on vit réellement cette réflexion et qu'elle débouche, par les faits, à cette même conclusion, elle devient unique dans et par sa construction.

Ce mémoire est pour moi synonyme de bien plus que la mobilisation et l'agrégation de savoirs théoriques et pratiques. Par rapport à un calendrier académique classique concernant les différentes étapes du mémoire, ma recherche de sens dans la production de ce travail m'a fortement décalé de la chronologie standard ; passant d'un travail initial autour de l'anthropocène à un travail axé sur le secteur musical et ses acteurs. Les modes de vie, consommation et production actuels des Homo Sapiens, au regard de l'empreinte qu'ils laissent sur leur environnement global est une thématique qui me tenait à cœur de par son urgence et son importance, que je juge primaires. Cependant, ce n'est pas quelque chose qui me prend aux tripes, ou plus autant qu'avant, dû à une sorte de découragement et désillusion post-engagement; et en tout cas pas autant que le secteur musical dans lequel je prends énormément de plaisir à me projeter.

J'ai donc pris énormément de temps à me décider concernant la thématique de ce mémoire, et ce qui pourrait sembler d'emblée n'être qu'une affaire d'indécision voire de passivité, fait en réalité partie intégrante de ce travail selon ma considération de ce dernier.

De par mon expérience, je définis davantage le mémoire comme le fruit d'une construction personnelle, humaine et identitaire sur l'ensemble du cursus universitaire, considérant les activités académiques et extra-académiques, ainsi que les réflexions, choix et hasards gravitant autour de cette construction, et y participant simultanément.

Remerciements

Je remercie tout d'abord Messieurs Legrand et Pirenne pour leurs conseils, disponibilités et gentillesse. Je les remercie pour le temps et la place qu'ils m'ont accordés.

Je remercie Olive pour ses précieux conseils et son attention à mon égard durant ces longs temps de réflexion, de questionnement. Je la remercie pour sa patience lorsque je parlais trop longtemps de ce travail.

Je remercie tous les artistes qui m'ont accordé de leur temps pour me partager leur personne et leur passion.

Je remercie mes amis et amies, le Kapodastre, mes parents et ma sœur, qui m'ont témoigné leur soutien durant la rédaction de ce travail, et au quotidien.

Finalement, je remercie les nombreux artistes et toutes les personnes qui ont collaboré aux musiques que j'ai écoutées durant ce travail, et de toute l'inspiration qu'ils me donnent :
AnnenMayKantereit, Balthazar, Billie Eilish, Bob Reynolds, BSFOE, FKJ, Hozier, Jazmyn, Jeff Buckley, Jessie J, John Mayer & Alicia Keys, Joscho Stephan, Justice Der, King Krule, Mateus Asato, Palace, Papooz, Pink Floyd, Queen Christopherson, Ren, Romain Axisa, Tom Misch, Toshiki Soejima, Yobah, et d'autres encore.

Code de déontologie

Je déclare sur l'honneur que ce mémoire a été écrit de ma plume, sans avoir sollicité d'aide extérieure illicite, qu'il n'est pas la reprise d'un travail présenté dans une autre institution pour évaluation, et qu'il n'a jamais été publié, en tout ou en partie. Toutes les informations (idées, phrases, graphes, cartes, tableaux,...) empruntées ou faisant référence à des sources primaires ou secondaires sont référencées adéquatement selon la méthode universitaire en vigueur.

Je déclare avoir pris connaissance et adhérer au Code de déontologie pour les étudiant(e)s en matière d'emprunts, de citations et d'exploitation de sources diverses et savoir que le plagiat constitue une faute grave.

Table des matières

INTRODUCTION	1
PARTIE 1 – POSITIONNEMENT DE LA RECHERCHE	3
I. LES MONDES DE L'ART	3
1.1. Howard S. Becker et l'interactionnisme symbolique	3
1.2. Le concept de monde	5
1.3. Les chaînes de coopération	8
1.4. Les conventions	9
1.5. Les différentes facettes : la grille	10
II. CONTEXTE DE LA RECHERCHE	19
2.1. Majors et industrie musicale	19
2.2. Les indépendants	28
2.3. L'importance des technologies.....	36
2.4. La vie d'artiste.....	40
PARTIE 2 – MÉTHODOLOGIE	45
I. GRILLE D'ANALYSE	45
1.1. Les mondes de l'art	45
1.2. Les mondes préférés aux champs	47
II. LITTÉRATURE	49
III. ÉCHANTILLON	51
IV. PRÉSENTATION DES INDIVIDUS INTERVIEWÉS	55
PARTIE 3 – LES MUSICIENS INDÉPENDANTS EN BELGIQUE	56
I. ENTOURAGE	57
II. DISTRIBUTION ET DIFFUSION	63
2.1. Streaming et CD	64
2.2. Radio	65
2.3. Concerts.....	65
2.4. Promotion.....	66
III. ACCESSIBILITÉ	68
IV. RESSOURCES	70
4.1. Connaissances	70

4.2.	<i>Temps</i>	71
4.3.	<i>Financement</i>	72
4.4.	<i>Humaines</i>	74
4.5.	<i>Matériel</i>	77
V.	INDÉPENDANCE ET RAPPORT À L'INDUSTRIE MUSICALE	80
5.1.	<i>Secteur musical belge</i>	80
5.2.	<i>Labels et professionnels</i>	81
5.3.	<i>Le mainstream</i>	83
VI.	INFLUENCES	85
	CONCLUSION	89
	BIBLIOGRAPHIE	95
	ANNEXES	104

Introduction

Créer une œuvre d'art tel qu'un morceau de musique s'apparente à une mosaïque. Il s'agit d'un ensemble d'objets de natures diverses en interaction, qui vont composer cette œuvre et lui donner son aspect final. Les différents objets qui composent cette mosaïque ont des formes et des fonctions différentes, et font partie d'un tout qui ne peut être construit que par la conjonction de ces éléments. L'artiste va poser des choix lors de l'élaboration de sa composition, et décider d'utiliser ou non les différentes pièces à disposition, qui influenceront le résultat final de la mosaïque. Ces choix seront également influencés par les relations que l'artiste entretient avec ces objets et les degrés d'accessibilité et d'indispensabilité de ces derniers.

La création d'une œuvre d'art est complexe et fait intervenir de nombreux acteurs, ressources matérielles, ressources immatérielles, et conventions qui entrent en interaction par le biais de l'artiste. Ainsi, on considère que des réseaux de coopération comprennent ces différentes entités et participent à la création. Howard Becker utilise la notion de *monde* pour englober les participants à la création d'une œuvre d'art et les conventions qui les cadrent. Son ouvrage *Les mondes de l'art* (1988) met en avant la structure et le dynamisme des réseaux de coopération, que nous utiliserons afin d'étudier les pratiques des artistes indépendants de manière systémique. Aborder l'activité musicale indépendante sous cet angle permet d'exposer les tenants et aboutissants des pratiques de ces individus, et les relations qu'entretiennent les œuvres produites par et avec ce *monde*. L'approche originale de cette recherche s'inscrit donc dans la théorie des *mondes de l'art* de Becker, nous servant de grille d'analyse, et permet une appréhension de la réalité des artistes indépendants.

Nous cherchons à comprendre de quelle manière ces artistes réalisent les différentes étapes de production jusqu'à la diffusion de leur travail, au sein d'un *monde* sujet au changement. Nous cherchons également à comprendre les raisons de leur indépendance et leurs perspectives. De plus, nous nous intéressons aux avantages, contraintes et limites de leur indépendance au sein du *monde* auquel ils appartiennent et ce que cela implique sur leur processus créatif. Finalement, nous nous demandons quelles relations les musiciens indépendants entretiennent avec leur *monde* et en quoi celui-ci influence leur processus de création.

Cette recherche s'intéresse aux musiciens indépendants dans la musique populaire, et porte particulièrement intérêt aux artistes de Belgique qui sont actuellement en activité. Nous nous

intéresserons au secteur musical du 21^{ème} siècle, ayant connu des changements profonds suite à la dématérialisation et la forte avancée des technologies de production musicale

Nous allons dans un premier temps aborder le concept de *monde* de Howard Becker et exposer les différents éléments qu'il définit afin de constituer notre grille d'analyse. Cette grille d'analyse nous permettra de définir nos sous-questions de recherches qui baliseront notre recherche littéraire et nos entretiens.

Nous nous intéresserons également dans cette première partie à l'industrie musicale et à ses acteurs, de laquelle les artistes indépendants sont en relation plus ou moins proche. Ainsi, nous caractériserons le milieu et les étapes de production musicale, inclus dans la structure de ce secteur d'activité. Nous nous intéresserons aux indépendants et notions d'indépendance, ainsi qu'aux bases théoriques de cette forme d'activité. Nous aborderons la place importante des technologies dans la chaîne d'étapes de production de musique. Nous clôturerons cette première partie en nous intéressant directement à la pratique musicale indépendante.

Dans un second temps, nous exposerons notre méthodologie et les différentes sources de données récoltées. Nous y présenterons les acteurs que nous avons interviewés pour récolter des données qualitatives concernant leur réalité musicale.

La troisième partie sera dédiée à l'analyse des entretiens que nous avons réalisés, de sorte à mettre en lumière les points communs et divergences des pratiques de ces individus, et leurs relations à l'industrie musicale au moyen d'une discussion entre ces témoignages. Nous pourrons de cette manière confronter directement la théorie issue de la littérature et l'expérience de musiciens indépendants dont l'activité se construit dans certains rapports avec l'industrie musicale et le *monde* auquel ils participent.

Partie 1 – Positionnement de la recherche

Nous avons tiré de nombreuses informations et renseignements de l'ouvrage *Les mondes de l'art* de Howard Becker (1988), que nous avons développés dans la **Partie 1, Section I. Les mondes** de l'art ainsi que dans la **Partie 2, Section I. Grille d'analyse**. Par soucis de simplicité de notation, nous ne signalerons pas de manière répétitive les références à cet ouvrage. **Il est à considérer que ces deux sections sont entièrement référencées à cet ouvrage.**

I. Les *mondes* de l'art

1.1. Howard S. Becker et l'interactionnisme symbolique

Howard Samuel Becker fait partie des sociologues américains les plus renommés, et est une figure prépondérante de l'interactionnisme symbolique. La sociologie de Becker s'inscrit dans le courant de recherche des sciences sociales de l'école de Chicago. Il est également pianiste de jazz et photographe ; disciplines qui viennent ponctuer d'exemples son ouvrage *Les mondes de l'art*. Cet ouvrage est paru pour la première fois en 1982, pour être augmenté en 1986 avant d'être traduit en langue française. L'auteur a rédigé ce livre au cours de la décennie où les recherches sociologiques dans le domaine de l'art ont pris un essor sans précédents, essor auquel Becker a fortement contribué via ses travaux et son enseignement.

L'application que l'auteur fait tout au long de son livre est sous pleine influence de la tradition interactionniste du courant multiforme de l'école de Chicago. Ainsi, il s'écarte de la tradition européenne qui a fait de la musicologie une spécialité marginale, descendante de l'esthétique philosophique et du marxisme, et constituant une science matérialiste des œuvres plutôt qu'un terrain de recherches empiriques et cumulatives.

L'approche de Becker est axée sur la dynamique des relations entre individus et sur ses dimensions matérielles et non matérielles. Nous retrouvons dans l'ouvrage une dénomination abstraite des identités des acteurs des *mondes* de sorte à préférer leur place relationnelle au sein de ce *monde* et des réseaux de coopération.

Nous souhaitons être clair dès maintenant quant au sens donné à la coopération, idée qui reviendra fréquemment dans ce travail. Il s'agit de l'opération commune de différents acteurs autour d'un projet. Cela n'implique pas que ces acteurs ne puissent rentrer en conflit concernant la manière d'atteindre ce projet, étant donné que chacun d'eux cherche à suivre ses propres

intérêts via la réalisation de cet objectif commun. De cette manière, la coopération peut être aisée ou non, jusqu'à ne pas aboutir sur l'objectif initial, au regard du degré d'indispensabilité de cette coopération.

Blumer (1966, dans Becker, 1988) a résumé les quatre conceptions centrales de l'approche théorique de l'interactionnisme symbolique :

- 1) *Les gens, individuellement et collectivement, se disposent à agir sur la base des significations des objets que comprend leur monde ;*
- 2) *L'association des gens prend nécessairement la forme d'un processus dans lequel ils s'adressent mutuellement des indications et les interprètent ;*
- 3) *Les actes sociaux, qu'ils soient individuels ou collectifs, sont construits selon un processus dans lequel les acteurs notent, interprètent et évaluent les situations auxquelles ils font face ;*
- 4) *Les relations et enchaînements complexes d'actes dont sont fait les organisations, les institutions, la division du travail, et les réseaux d'interdépendance sont choses mouvantes et non statiques.*

Comprenons que notre auteur de référence étudie ce que les gens font ensemble, l'*action conjointe* au sens de Blumer, que Becker reprend sous son terme préféré d'*action collective*. De cette manière, chaque participant à un monde est compris dans l'analyse ; du public au technicien, incluant ceux qui ne semblent extérieurement pas importants dans la production des œuvres.

Becker se fie également à l'idée de comparaison : la juxtaposition de deux cas similaires nous donne des informations sur les nuances qui vont les différencier. On peut observer que dans les mêmes forme d'action collective, même processus, il y aura des différences issues de causes différentes, et amenant à des résultats différents.

Encore, l'idée de processus est importante pour l'auteur. C'est-à-dire que chaque chose qui est réalisée est le résultat d'une suite d'étapes différenciées cumulatives. Ce résultat coïncide avec le moment précis où les producteurs ont décidé de s'arrêter, et n'est pas un état défini « naturel ». Cela s'applique aux différents choix de la multiplicité d'acteurs qui, par définition, sont inclus dans ce monde. Cette idée de processus fait également partie de la mise en place de la coordination des participants, qui s'est construite par réactions et interactions (Becker, 2005).

Maintenant que nous avons introduit Becker et surtout l'approche dans laquelle il se situe, nous pouvons entamer la tentative de définition, ou plutôt de description du concept de *monde de l'art*.

1.2. Le concept de monde

Les mondes de l'art que proposent Becker sont des concepts qui ne sont pas déterminés. Autrement dit, il s'agit d'avantage d'une manière d'approcher une réalité sociale, et ce de manière systémique. Appréhender un système, groupe, sous-groupe ou quelque autre ensemble de taille variable nous fait nous confronter à une foule d'objets qui se croisent et interagissent, de manière extrêmement complexe. Chaque *monde* est composé de ses propres objets : ses propres agents, ses propres ressources, ses propres codes et conventions, et finalement ses propres arrangements et structures. Ces structures, dans la sociologie de Becker, ne sont pas rigides et évoluent de manière dynamique : elles changent et se transforment, elles accroissent et décroissent, elles se construisent et se déconstruisent, elles influencent et sont influencées, elles naissent et meurent.

Nous allons procéder dans ce point à une description du concept de *monde* afin de comprendre au mieux les tenants et aboutissants d'une telle approche, qui servira de grille d'analyse pour notre recherche sur les artistes indépendants.

Tout travail artistique, de même que toute activité humaine, fait intervenir des activités conjuguées d'un certain nombre, et souvent d'un grand nombre, de personnes. L'œuvre d'art que nous voyons ou que nous entendons au bout du compte commence et continue à exister grâce à leur coopération. L'œuvre porte toujours des traces de cette coopération. Celle-ci peut revêtir une forme éphémère, mais devient souvent plus ou moins systématique, engendrant des structures d'activité collective que l'on peut appeler mondes de l'art. L'existence des mondes de l'art comme la façon dont elle influe la production et la consommation des œuvres invitent à une approche sociologique des arts. Ce n'est pas là une démarche qui débouche sur des jugements esthétiques, même si beaucoup de sociologues de l'art se sont donné cette mission. Elle débouche en fait sur une meilleure appréhension de la complexité des réseaux coopératifs dont l'art procède (...), sur une meilleure appréhension enfin des réseaux et phénomènes résultants mis en jeu dans tous les arts. (Becker, 1988)

Howard Becker introduit son approche de manière globale dans l'objectif de pouvoir y intégrer toutes les variétés d'art. De sorte à déjà positionner le lecteur dans le concret du réseau traditionnel d'activités que l'on retrouve dans le secteur musical, nous allons exposer maintenant une partie des réseaux de coopération qui entourent la diffusion *live* d'une œuvre au moyen du situation fictive. Partons du postulat que l'œuvre a déjà été créée et que nous ne reviendrons pas sur les étapes de la création, de l'enregistrement, etc. de sorte à pouvoir développer la partie diffusion sans nous perdre.

Je suis donc artiste, et j'ai créé et enregistré un album comprenant différents titres, disons-nous seul. J'aimerais pouvoir jouer en *live* pour plusieurs raisons, comme par exemple le prestige de jouer sur une scène, le moyen de diffusion qu'un concert permet, et les revenus tirés de ce concert qui me permettront de financer mes projets futurs.

J'ai composé des morceaux qui comprennent des mélodies et accompagnements qui seront joués par deux guitare électriques, un synthé et un voix, tandis que la rythmique sera assurée par un batteur que je connais qui saura s'adapter à la structure globale du morceau.

Premièrement, chacun de nous doit apporter son instrument, instruments qu'il a fallu inventer et fabriquer. Ces instruments ont été payés par des ressources qui proviennent d'activités diverses, en lien ou pas avec le milieu musical. Encore, ces derniers peuvent être empruntés ou volés. Ils ont dû choisir parmi un nombre incalculable de variantes de l'instrument qu'ils pratiquent, selon des préférences sonores, esthétiques et économiques. Ces musiciens ont dû apprendre à jouer de leurs instruments, en suivant une formation ou en autodidacte. Lorsque je vais leur demander de jouer ce que j'ai composé, je dois m'assurer qu'ils savent retrouver à l'oreille mes compositions, ou leur fournir des relevés sous la forme de notation que nous maîtrisons chacun. Nous allons nous concerter pour trouver du temps et un lieu approprié pour répéter, où ça ne dérangera personne, sans quoi peut-être que la police nous demanderait d'arrêter pour protéger l'intérêt des voisins.

Ensuite, nous sommes passés par mon manager qui a usé de ses relations pour nous trouver une scène. Cette scène ne comprend pas de système de diffusion sonore, donc nous allons louer du matériel qu'un de nos contacts formé en ingénierie du son maîtrise grâce à son expérience des *lives*. Nous aurons probablement besoin de techniciens pour gérer les lumières aussi. Nous allons bénéficier d'un subside alloué par un programme de l'État qui aide les jeunes artistes à financer leurs projets artistiques, que mon manager m'a renseigné.

Nous devons faire la promotion de notre concert afin de trouver un public qui saura apprécier la musique que j'ai composée et qui y a déjà été initiée car, selon mon expérience de la musique populaire, je sais que nous allons jouer quelque chose de relativement expérimental. Cette promotion sera faite principalement via les réseaux sociaux. Finalement, nous passerons par une plateforme digitale qui nous permettra de vendre les places. Bien qu'elle retienne une commission assez élevée sur les ventes, nous savons que beaucoup de personnes l'ont déjà utilisée et qu'elle aura plus de succès qu'une autre.

Après l'organisation et la réalisation de notre prestation, j'espère que les critiques seront bonnes et qu'elles m'offriront davantage de visibilité et d'opportunités.

Dans cet exemple, nous aurions pu développer chacune de ces branches d'activité et exposer davantage de ramifications. L'ensemble de la pratique d'un art est très complexe, faisant intervenir de nombreux acteurs qui se comprennent et agissent autour de conventions, les amenant à coopérer de sorte à ce que le projet voie le jour. En plus des conventions, dans la situation exposée, elle fait intervenir des ressources matérielles et financières, des ressources humaines et du personnel de renfort¹, des décisions, l'État, une audience, des critiques, des moyens de communication et des intérêts personnels.

En effet, il n'est pas envisageable qu'une seule personne prenne en charge l'entièreté du processus créatif comprenant la création d'un langage musical, la création d'instruments, un système de notation, etc. Différents professionnels prennent part à cette vaste segmentation du travail, soutenus par les compétences exclusives que les conventions collectives leur attribuent. Chacune de ces personnes prennent part à la réalisation des œuvres d'art, et ont diverses tâches assignées afin d'arriver au résultat le plus probant. Bien que la répartition de ce faisceau de tâches soit en grande partie arbitraire, et n'est pas figé dans le temps, elle est difficilement remodelable. Ces participants considèrent souvent que cette division du travail découle d'un processus « naturel ».

Pour résumer, un *monde de l'art* se compose de l'ensemble des personnes qui participent de près ou de loin à la production d'œuvres propres à ce *monde-là*, et que ce monde définit comme de l'art. Avec une telle perspective, ce sont les réseaux de coopération qui produisent des œuvres, et non des artistes isolés. Ces artistes composent un sous-groupe au sein du monde de l'art qui, dans la pensée commune occidentale, possèdent un don particulier et apportent une contribution singulière et irremplaçable à l'œuvre qui lui confère le statut d'œuvre d'art.

Les frontières d'un *monde* ne sont pas précises et ce n'est pas tant l'intérêt de l'approche de Becker ; le *monde* permet davantage de cerner des groupes d'objets qui coopèrent. Les *mondes* ne sont pas isolés et entretiennent des relations étroites avec les différents mondes avec lesquels ils partagent des ressources, des idées, ou encore un public.

Avant de développer la grille d'analyse issue de *Les mondes de l'art*, nous allons développer les deux concepts clés appliqués au domaine musical : Les chaînes de coopération et les conventions. Ces deux idées rythment l'ouvrage de Becker et y sont en tous points présents.

¹ Le personnel de renfort fait référence aux individus qui participent de près ou de loin à la réalisation d'une œuvre mais qui ne sont pas considérés comme les artistes principaux ou les créateurs de l'œuvre en question.

Par conséquent, elles parcourront notre analyse globale sans pour autant que nous y revenions à chaque fois qu'elles interviennent.

1.3. Les chaînes de coopération

Les acteurs présents dans les réseaux de coopération dont l'artiste est au centre sont indispensables à la création de l'œuvre. La coopération avec ces acteurs peut être plus ou moins aisée en fonction du consensus partagé ou non avec l'artiste, et en fonction du degré de professionnalisation spécialisée de ces acteurs. Ces derniers ont des intérêts et préférences esthétiques, financiers et professionnels qui peuvent différer de ceux de l'artiste, pouvant mener à des conflits entre l'artiste et le personnel de renfort.

L'artiste devra faire un choix parmi les possibilités amenant à la réalisation de l'œuvre : il se calquera sur la façon dont le personnel de renfort peut le faire, ou essayera de le leur faire faire comme lui l'entend. Si ce n'est pas possible, il devra alors le faire par lui-même et devra y passer plus de temps qu'en passant par le procédé usuel.

Certaines étapes de la réalisation de son œuvre sont cruciales pour l'artiste et son projet, et impliquent la participation du réseau de coopération. S'ils n'ont pas accès aux structures de production et de diffusion existantes pour des raisons matérielles ou vis-à-vis des conventions en vigueur, l'artiste devra dans les limites de ses capacités trouver ou créer une alternative en y consacrant du temps supplémentaire, ou s'adapter aux contraintes du système en place de sorte à être diffusé.

A chaque maillon de la chaîne de coopération où l'artiste bénéficie du support d'autres personnes, il doit s'adapter aux contraintes qu'impliquent ce service extérieur, ou dépenser du temps et de l'énergie pour réaliser cette chose par d'autres moyens.

Par exemple, je compose une musique pour une diffusion en *multicanal 5.1* ou *7.1* et considère que l'œuvre n'est pas compréhensible au moyen d'une écoute mono ou stéréo. Ce système de diffusion a pour particularité d'émettre du son à partir de 6 ou 8 sources audio respectivement, disposées autour de l'auditeur permettant une utilisation de l'espace sonore beaucoup plus complexe. On peut retrouver typiquement ce format de diffusion dans une salle de cinéma. Cependant, les salles de concert classiques, les systèmes de diffusion domestiques ou simplement les écouteurs proposent dans leur grande majorité un système de diffusion en mono ou stéréo. Dès lors, je devrai faire le choix d'adapter mon œuvre aux services en place – en

adaptant mon œuvre à cette structure : soit je devrai convaincre les propriétaires d'un cinéma de me laisser utiliser leurs installations, soit je devrai moi-même mettre en place une telle structure de diffusion.

Et nous retrouverons la même problématique pour l'enregistrement. Je devrai trouver ou convaincre des professionnels de studio de m'enregistrer et de mixer mes compositions, dans ce format non conventionnel, qui ont les compétences pour le faire ou qui sont prêts à apprendre à le faire. Si ce n'est pas possible, je devrai moi-même réaliser cette tâche.

1.4. Les conventions

Des conventions cadrent les décisions, le choix des matériaux de nature matérielle ou non, et construisent les procédés à utiliser qui traduisent des idées et sensations dans un format qui tient en une œuvre d'art. Ces méthodes habituelles se fondent sur des conventions qui se sont incorporées aux pratiques courantes des participants d'un *monde de l'art*. Nous comprenons la musique car nous avons été exposés à ses structures de gammes et harmonies depuis notre plus jeune âge.

Les conventions peuvent s'apparenter à un langage implicite entre ces participants, aidant à la manière d'une langue, la communication, la coordination des activités ou encore les relations entre un artiste et son public. Ce langage relativement uniformisé n'est pas rigide et peut évoluer dans le temps – les participants ne sont pas passifs par rapport aux conventions et participent à leur construction. Nous intéresser aux conventions nous permet d'appréhender les conditions d'exercice d'une activité tant elles traduisent l'adaptation continuelle des acteurs des réseaux de coopération.

Cependant, ces conventions sont plus ou moins ancrées et forment des maillons plus ou moins robustes en fonction de leur degré d'implication et liens avec les autres maillons. Par exemple, si l'on veut jouer de la musique en employant des sons autres que les douze notes de la gamme chromatique organisée par demi-tons, cela nécessite de changer le système de notation et les instruments, et que les musiciens apprennent ce nouveau langage et ces nouveaux instruments. Une large diffusion de ces conventions et l'existence d'équipement permanents et solidement ancrés dans le système de conventions augmentent la probabilité que ce langage survive dans le temps.

Les œuvres d'art naissent d'un équilibre entre le respect de ces conventions traditionnelles et l'apport d'une part d'innovations, infimes ou évidentes. Les conventions utilisées rendent l'œuvre intelligible et les innovations lui apportent son originalité et son intérêt.

De nombreux artistes, ensemble, jouent habilement de cet équilibre afin d'amener le public progressivement vers de nouveaux territoires qui formeront peut-être les conventions de demain. D'autres artistes vont quant à eux se positionner en stricte rupture avec les conventions en vigueur ayant un impact généralement négatif sur leur diffusion. Ces artistes innovent plus ou moins en détournant les matériaux usuels qui leur imposent un cadre astreignant, parfois loin de l'utilisation initiale prévue par leurs créateurs. Par exemple, le groupe britannique des années 60 *The Kinks* donnait des coups de lame dans les haut-parleurs de leurs amplificateurs de guitare pour expérimenter un son distordu (Sullivan, s.d.).

De manière générale, une déviance plus ou moins prononcée des conventions accroît plus ou moins les difficultés de l'artiste et des œuvres à être diffusées. Dans le même temps, un tel détachement offre à l'artiste davantage de liberté de création. On peut donc comprendre les œuvres d'art comme le résultat de décisions entre la facilité des conventions et les contraintes de l'anticonformisme. Comme nous le verrons, la rupture avec les conventions en vigueur dépend des motivations personnelles de l'artiste.

Maintenant que nous avons explicité ces deux traits de l'analyse de Becker, nous allons développer ses différentes facettes d'où nous tirons notre grille d'analyse.

1.5. Les différentes facettes : la grille

Pour créer des morceaux musicaux, les artistes ont besoin de ressources de deux types : matérielles et humaines. La création d'œuvres musicales nécessitent généralement beaucoup de ressources, mais leurs quantités respectives peuvent varier beaucoup d'un projet à l'autre. Les systèmes de distribution ne proposent que certaines ressources et privilégient par-là les œuvres qui n'ont pas besoin de ressources spécifiques. Ces systèmes sont dirigés par des acteurs qui ont leurs propres intérêts et impératifs, et qui ne cherchent pas forcément à répondre aux exigences des artistes.

Une fois l'œuvre réalisée, l'artiste cherche à la diffuser en vue de toucher une audience qui pourra apprécier ou au moins être en contact avec ses compositions, et qui pourra le rembourser

des efforts qu'il a fournis via différentes formes de récompense. Les systèmes de distribution existent avec leurs contraintes et limites, et suivent des intérêts qui peuvent différer de ceux de l'artiste.

Les artistes et leurs œuvres sont incorporés à des systèmes commerciaux où ils vont entrer en coopération avec des marchands, producteurs et distributeurs appliquant plus ou moins de contraintes sur l'œuvre.

La majorité des créateurs produisent leurs œuvres dans un système d'autofinancement car les revenus de la discipline sont très faibles, pour cette majorité. Cette question financière a de nombreuses conséquences sur les choix que font les artistes dans la création et la distribution de leurs réalisations.

Nous avons déjà exprimé que les conventions n'étaient pas immuables et sujettes à des évolutions, et par conséquent les *mondes de l'art* le sont également. Cependant, ces derniers peuvent présenter une forte résistance aux innovateurs qui obligerait les participants déjà en place à se renouveler. Les transformations que connaissent les *mondes* peuvent être continues, graduelles ou brutales et la pérennité des innovations dépendra de la coopération des acteurs avec ces dernières. Les nouvelles technologies sont propices à ouvrir de nouveaux possibles sur différents aspects de la création et production.

La foule de facteurs, comme par exemple les conventions et interventions extérieures façonnent le projet initial dont la résultante est le produit de la combinaison des choix faits par l'artiste. L'influence est telle que Becker (1988) déclare : « *Au vrai, on s'aperçoit qu'il n'est pas excessif de dire que c'est le monde de l'art plutôt que l'artiste lui-même qui réalise l'œuvre* ». Il est donc intéressant de tenter de cerner de quelle manière ces externalités interagissent avec la production globale de l'œuvre.

1.5.1. *Les ressources matérielles*

L'organisation économique des systèmes de production de matériel cadre les types de matériels disponibles. Généralement, la production-type qui s'en dégage correspond à ce qu'attendent les artistes. Typiquement dans les *mondes* de la musique, le matériel que les fournisseurs proposent est spécifiquement adapté aux besoins des artistes selon ce qu'ils pensent que les artistes peuvent chercher. Bien plus que dans d'autres domaines artistiques. On peut considérer que les fabricants d'instruments et matériels en tous genres ; de mixage, de sonorisation et de toutes les

bizarries plus ou moins spécifiques retrouvables chez les marchands musicaux, font partie intégrante du *monde* pour lequel ils produisent.

Bien que les outils proposés sont généralement adaptés aux besoins des artistes, c'est parce que ces derniers ont justement eu l'habitude de travailler avec ces outils. Il s'agit de nouveau de la question de l'équilibre entre respect des conventions et introduction d'innovations : Si les artistes ont la même vision concernant les standards de production et tendent ainsi à la réalisation de projets impliquant du matériel similaire, la diversité matérielle risque de se limiter à cette vision.

Ma guitare me convient parfaitement car j'ai appris à jouer dessus, et que mon jeu s'est adapté à ma formation matérielle. Quand je cherche de nouvelles choses en termes de sons, sensations ou techniques, je vais tout d'abord m'intéresser à ce qui se fait déjà dans mon *monde*.

Si ce matériel convient à la majorité des artistes, il peut souvent oublier les minorités créatrices cherchant du matériel spécifique propice à intégrer du neuf. L'homogénéisation de la production de matériel disponible pour les artistes dépendra généralement de la présence d'un monopole plus ou moins marqué. Le degré de concentration monopolistique du marché applique des contraintes plus ou moins importantes sur les artistes novateurs, qui devront créer par eux-mêmes le matériel actuellement inexistant.

On peut donc se demander dans *le monde des indépendants* : Quel matériel utilisent-ils ? Où et comment se le fournissent-ils ? Pourquoi utilisent-ils ce matériel et pas un autre ? Se procurent-ils du matériel spécifique et détournent-ils l'utilisation de certaines ressources ? Se sentent-ils limités dans l'accès au matériel et comment réagissent-ils dans le cas où il ne leur est pas accessible ?

1.5.2. *Les ressources humaines*

Nous avons à plusieurs reprises parlé de l'artiste comme le centre de gravité du projet, et c'est souvent de cette manière que l'artiste est considéré : comme le seul qui va donner naissance au projet et lui donner son sens et sa cohérence. Pourtant celui-ci est intégré à un réseau de coopération, largement moins estimé. Ce personnel de renfort participe à la réalisation d'un projet de manière plus ou moins spécifique et est recruté selon certains critères et modalités propres à la gestion du projet.

D'une manière générale, il y a bien plus de candidats pour les postes auxquels l'on accorde plus d'avantages et de prestige, et moins de candidats pour les tâches de renfort moins prestigieuses. On assiste beaucoup plus fréquemment à une pénurie de bassistes (Rousseau, 2023) qu'à des chanteurs, chanteuses et guitaristes. L'exemple de la basse ne peut pas être appliqué systématiquement, mais la basse est un instrument généralement plus discret et difficile à distinguer qu'une voix.

Ce personnel est relativement interchangeable via la formation implicite aux conventions. Il peut être rémunéré de plusieurs manières telles qu'une rémunération à l'heure ou à la prestation de manière ponctuelle, ou plutôt au sein d'organismes leur assurant un travail plus régulier. Les artistes vont s'assurer la participation de ces personnes via certains moyens dont ils disposent.

Tout comme les fournisseurs de matériel, le personnel de renfort va adapter son comportement en fonction de ses propres intérêts. Par exemple, une maison de disques va faire primer ses propres objectifs sur ceux de l'artiste et peut décider de brusquement arrêter le financement de la production, la promotion, etc. si elle considère que cela n'est finalement plus à son avantage.

Dans ce système de travail, les personnes gravitant autour de la production d'un projet sont souvent recrutées sur base de leur réputation et de leurs relations. Cette pratique de recommandation se situe loin du schéma de concurrence parfaite entre les participants d'un *monde de l'art*, basée seulement sur leurs compétences. On peut observer des réseaux de confiance et recommandation entre artistes et autres participants à un *monde* assurant plus de stabilité et régularité dans la production d'œuvres.

On peut donc se demander dans *le monde des indépendants* : Quelles sont les personnes avec qui les artistes collaborent sur le plan artistique ? Pourquoi décident-ils de passer ou pas par d'autres personnes ? Que leur offrent-ils en échange de leurs services et sur quelles bases ? Quels sont les avantages et contraintes qu'implique cette répartition des tâches ? Comment les recrutent-ils ?

1.5.3. *La production et distribution*

Il existe plusieurs manières de diffuser sa musique actuellement et les artistes passent le plus souvent par des intermédiaires spécialisés pour réaliser cette tâche indispensable. Il existe

souvent dans un *monde de l'art* plusieurs systèmes de distribution qui fonctionnent en même temps. Répondant à des exigences commerciales, les distributeurs cherchent à rationaliser la production créatrice qui est par nature fluctuante et irrégulière (Hirsch, 1972). Cette activité désordonnée est complexe à gérer pour les distributeurs qui cherchent à y instaurer une stabilité bénéficiant à leurs affaires. Cette raison explique entre autres pourquoi leurs intérêts divergent d'une quelconque essence artistique des œuvres d'art (Moulin, 1967).

En considérant que les artistes souhaitent être diffusés et atteindre un public, ils prendront en compte le cadre qu'impose ces intermédiaires et s'y adapteront ou non. Ces intermédiaires sont différents d'un *monde* à l'autre, et exercent plus ou moins d'influence en fonction de la situation : un artiste qui ne souhaite pas vivre de sa musique subira une influence minime des systèmes de distribution tandis qu'un autre en coordination directe avec une source de financement devra s'harmoniser avec les conditions du système.

Si les œuvres d'art finissent par se conformer aux possibilités du système de distribution, c'est qu'en règle générale, celles qui ne s'y conforment pas ne sont pas diffusées, à supposer qu'elles soient seulement réalisées. Et comme la plupart des artistes veulent faire diffuser leurs œuvres, ils s'abstiennent de faire un travail incompatible avec le système (Becker, 1988).

La distribution revête un caractère prépondérant dans la production et a une incidence importante sur la réputation des artistes. Simplement, une œuvre non diffusée ne peut inévitablement être connue du public et jouir de quelconque considérations de ce dernier. Dans le même temps, une œuvre ou artiste qui n'est pas ou mal réputé verra sa diffusion limitée.

Dès lors que les revenus d'un *monde de l'art* sont faibles, ou en tout cas pas suffisants pour financer l'activité en question, la plupart des artistes réalisent leurs œuvres à partir de fonds propres – en autofinancement.

Souvent on retrouvera l'argent comme limite à une « création idéale ». Cependant il ne constitue pas une limite infranchissable et des alternatives sont trouvées ayant un impact sur l'œuvre dans son état final. Lorsque les ressources financières ne sont pas suffisantes, les artistes ne peuvent pas avoir accès à des fournitures, du matériel, du personnel, un local, du temps, etc.

Comme nous le verrons plus tard, la diminution des coûts de matériel d'enregistrement permettent aujourd'hui à beaucoup plus de personnes de travailler en *home studio*² qui est une alternative aux studios professionnels d'enregistrement. Toutefois, plus les praticiens d'une

² Espace à domicile équipé pour enregistrer, mixer et produire de la musique ou d'autres contenus artistiques.

discipline sont nombreux, plus il est difficile d'émerger et de surnager la masse d'œuvres produites, et donc de tirer des revenus suffisants à financer une telle activité à plein temps.

Beaucoup doivent s'assurer des revenus par un autre moyen, dans ou hors de l'activité musicale. Cette activité alimentaire peut avoir des conséquences négatives sur leur pratique artistique, pour des questions de temps ou d'influences artistiques.

Il est également probable dans l'industrie musicale actuelle que les artistes qui débute dans un monde n'aient pas d'autres choix que de financer eux-mêmes leurs œuvres, n'ayant pas encore pu avoir l'attention d'organismes capables de les financer.

L'autofinancement et le passage par des systèmes de distribution parallèles leur offrent plus de liberté de création. Malgré tout, cela risque d'engendrer deux préjudices principaux : premièrement, les systèmes de distribution alternatifs ne permettent pas forcément d'atteindre un public, ou le public adéquat ; et deuxièmement, le passage par des canaux alternatifs peut entraîner une perception d'amateurisme, moins valorisée.

D'autres préfèrent au contraire passer par ces canaux moins réputés pour éviter un public qui attend de ces canaux officiels des œuvres qu'ils savent déjà apprécier et qui ne s'intéressent pas aux autres.

Intégrés à l'économie, les artistes empruntent donc des systèmes de commercialisation qui peuvent leur rendre des services précieux tels que du soutien, des contacts, des opportunités et autres avantages. D'ordinaire, ces systèmes sont moins avantageux pour les artistes qui ne cadrent pas bien avec les conventions, et largement moins avantageux avec ceux qui sortent du cadre.

On retrouve deux système-types qui sont, appliqués au secteur musical, les indépendants et les compagnies. D'un côté, indépendants et micro-indépendants distribuent des œuvres uniques ; et de l'autre, une production de plus grande envergure en de multiples exemplaires à diffusion large. On parlera souvent de deux marchés relativement différenciés et distincts, sur lesquels nous reviendrons par après.

La distribution des œuvres peut passer par différents types d'intermédiaires qui se chargent de la commercialisation, qui s'occupent de trouver un public, un lieu, une image, de gérer la pub et les budgets, etc. Ils peuvent également passer par des industries culturelles que Hirsch (1972) désigne comme « *les entreprises commerciales qui fabriquent des produits culturels à diffusion*

nationale ». Dans notre cas, celles-ci correspondent aux *majors*³ qui ont une diffusion nationale et internationale. Ces entreprises s'occupent souvent de la quasi-totalité des tâches en-dehors de l'aspect créatif. Cependant, l'analyse de Hirsch (1972) explique que ces entreprises ne peuvent, par leur envergure, pas bien connaître leur public et l'évolution de ses goûts. De plus, on ne peut jamais prévoir à coup sûr la réussite ou non de la sortie d'un disque :

“Nous avons fabriqué des disques qui semblaient avoir tout ce qu'il faut (artistes, chansons, arrangements, promotion, etc.) pour garantir à l'arrivée une vente record [...]. Eh bien, ils ont fait un flop retentissant. Par contre, nous avons produit des disques pour lesquels on prévoyait un succès modeste, et qui sont devenus des tubes.” (Brief, 1964, dans Hirsch, 1972)

Le contexte de ce témoignage est sensiblement différent du contexte actuel et de l'utilisation que les données numériques permettent aux industries et artistes dans l'analyse de leur public. Puisqu'il est tout de même impossible de prédire si une œuvre fera mouche ou non auprès du public, les industries culturelles poussent les artistes à proposer des projets, que l'artiste finance dans l'espoir d'être pris en charge par ces entreprises par la suite. Les majors visent à maximiser leurs profits en focalisant leurs ressources sur une très petite gamme de produits. Ce facteur est une des causes du fonctionnement de l'industrie musicale actuelle que l'on peut qualifier de *star-system* (Nicolas, 2022), sur lequel nous reviendrons. Les propriétés de ce système poussent à une uniformisation des produits. Les caractères normalisés des produits peuvent devenir des critères esthétiques pour les critiques et auditeurs, risquant de classer les déviants dans l'amateurisme.

On peut par exemple retrouver chez l'intermédiaire *Groover* qui met en relation des artistes et des médias de nombreux conseils sur le « *comment faire pour réussir ?* ». La plateforme conseille de passer en radio⁴ pour se faire connaître, et de leur proposer des morceaux à qualité sonore « *irréprochable* » et des morceaux à « *fort potentiel d'écoute* ». Ils conseillent également de proposer un morceau dont la durée est adaptée au passage en radio, ou même d'écrire un titre musical en français pour bénéficier des quotas des radios. (Cimpaye, 2022)

On peut voir par ces simples recommandations à quel point une œuvre peut être influencée de nombreuses manières.

On peut donc se demander dans le *monde des indépendants* : Quels sont les intermédiaires avec qui les artistes collaborent dans la production et la distribution ? Sur quelles bases les ont-ils

³ Grandes maisons de disques influentes qui dominent commercialement le secteur musical.

⁴ Voir *Annexe 1*.

choisis ? Quels genres et formats musicaux sont favorisés par le système de distribution ? Cadrent-ils plus ou moins avec ce système ? Comment distribuent-ils leurs morceaux et pourquoi de cette manière-là ? Quels sont leurs standards de production ? Quel public veulent-ils toucher et comment le font-ils ?

Souhaitent-ils vivre de leur musique et quel en est l'impact sur leur activité ? De quelle manière financent-ils leur pratique ? Doivent-ils exercer une activité alimentaire ?

1.5.4. *Le changement*

Ce qui fait partie intégrante d'un *monde* à un moment donné n'est pas forcément ce qu'on y retrouvera demain. Les activités, pratiques ou encore les conventions évoluent plus ou moins constamment car les ressources et personnes que l'on retrouve dans un *monde* à deux moments différents ne sont jamais parfaitement identiques.

Ces changements peuvent être plus ou moins profonds, être de simples glissements ou de vraies révolutions capables de modifier les réseaux de coopération déjà établis. Une révolution va impacter ce *monde* sur le plan des idées avec une remise en cause des conventions, de l'esthétique, des modèles et idéaux ; et sur le plan organisationnel en touchant aux rapports de forces entre les participants et leur pouvoir sur les ressources, les publics et les systèmes de distribution. C'est donc la stratification, l'édifice social qui est contesté, qui dérange plus souvent les membres déjà en place dont le *statu quo* leur assurait une stabilité de leur situation. Ce sont les innovations, de natures différentes, qui vont induire ces changements de conception d'un art.

Comme nous le verrons bientôt, cette question du changement induite par les technologies dans le secteur musical prend une importance toute particulière, car elles vont offrir de nombreuses possibilités et alternatives aux artistes indépendants, et ce sur de nombreux aspects de la production et distribution de la musique. De plus, l'invention et la diffusion des nouvelles technologies dans le secteur de la musique, qu'il s'agisse des logiciels d'enregistrement auxquels il est possible d'intégrer des simulations numériques de matériel physique, ou des systèmes de distribution alternatifs, stimule la production de nouvelles formes artistiques. Ces technologies permettent la naissance de certains *mondes* qui vont se développer autour de ces nouvelles formes de production ou de nouveaux publics par l'utilisation de ces nouveaux canaux de diffusion. Ces nouveaux dispositifs de vente et de distribution vont donner l'opportunité à des nouveaux *mondes* de s'étendre et de recruter des membres, participant eux-mêmes à l'élargissement de ce *monde*. Par exemple, la radio a permis d'étendre le monde du

jazz et même de former ces néo-praticiens autodidactes en permettant un accès plus large à ce *monde*, chose qui était beaucoup moins accessible avant.

Un *monde* peut donc naître, croître, décroître, et mourir. Tout obstacle à la diffusion représente une barrière à son développement. Également, dans une société soucieuse de modernité, un *monde* doit avoir la capacité de se renouveler assez rapidement pour ne pas être démodé. Un manque d'adaptation peut entraîner une diminution des participants, le public par exemple, qui par rétroaction positive va entraîner une cascade de réduction des acteurs, dont le terme est la mort de ce *monde*.

La version originale de *Les mondes de l'art* de Howard S. Becker est parue en 1982 et il est particulièrement intéressant d'observer la manière avec laquelle son analyse des changements dans les *mondes* peut être appliquée à la révolution numérique du secteur musical, qui est apparue progressivement près de vingt ans après la parution de son ouvrage.

On peut donc se demander dans le *monde des indépendants* : La technologie a-t-elle permis la certaine naissance d'un monde ? Quelle est la place des nouvelles technologies dans leur processus de création, production et distribution ? En quoi constituent-elles un glissement ou une révolution dans le secteur musical ? Que permettent-elles comme alternatives par rapport au acteurs déjà en place ?

II. Contexte de la recherche

Notre recherche s'applique au contexte du secteur musical en Belgique francophone, et par la force des choses comme nous le verrons, à l'industrie musicale globale. L'espace de ce travail fait interragir les artistes indépendants avec les nombreux aspects qui entourent leur activité, en rapport avec le milieu dans lequel ils agissent. Nous allons dans cette section exposer ces aspects et ce milieu qui entourent la pratique artistique des musiciens indépendants au travers de la littérature que nous avons rassemblée.

2.1. Majors et industrie musicale

2.1.1. *Bref historique de l'industrie*

On peut considérer que l'industrie musicale a débuté son développement à partir de l'enregistrement, la reproduction et la diffusion d'œuvres à grande échelle, vers la fin du 19^{ème} siècle. Dès lors, la musique a pu être enregistrée et diffusée via les disques 78 tours dans un premier temps, et en suite via les 33 et 45 tours, les cassettes et CDs, devenant un produit de grande consommation. Pour alimenter cette industrie naissante, il fallait des compositeurs, interprètes, ingénieurs du son pour l'enregistrer, et ensuite l'éditer, la diffuser et la commercialiser via des responsables de label, attachés de presse, équipes administratives, etc. (Ruiz, Tellier et al., 2021). Il y a alors, comme aujourd'hui, une multitude d'acteurs qui participent et font croître ce nouveau monde. Les maisons de disques vont progressivement s'imposer comme acteur central de la « chaîne du disque », travaillant sur l'intégralité de cette chaîne depuis le repérage des artistes jusqu'à leur exploitation commerciale. Les plus imposantes de ces compagnies ont l'avantage concurrentiel de posséder davantage de ressources matérielles et financières, appartenant à de grands groupes industriels (Ruiz, Tellier et al., 2021).

Le développement des technologies permettant le transfert de fichiers sonores a remis profondément en cause la place des acteurs de l'industrie et leurs façons de travailler. La dématérialisation de la musique et son envoi à distance a favorisé les acteurs aptes à réaliser ces compétences et défavorisé ceux qui n'avaient pas les compétences ou ressources pour s'y adapter (Alexander, 2002). La plateforme *Napster* est fréquemment reprise dans la littérature comme le fer de lance de cette période du début des années 2000, synonyme de début de la mort

du disque. En-dehors des problèmes de droits d’auteurs générés par le partage illégal de fichiers en ligne, ce sont les métiers de nombreux acteurs de l’industrie qui sont remis en cause.

On peut observer une stricte décroissance des ventes physiques de disques depuis 2001, couplée à une baisse globale des revenus de l’industrie du disque jusqu’en 2014. Les revenus globaux ont augmenté significativement après cette année-là avec une montée en puissance des revenus provenant des plateformes de streaming⁵.

Pour pallier à ce manque, les acteurs de l’industrie ont proposé des solutions pour reprendre le contrôle sur la diffusion de musique et les droits associés. On peut par exemple voir *Apple* qui a sorti en 2001 l’*iPod* associé au service *iTunes* permettant l’achat de musique en ligne (Ruiz, Tellier et al., 2021).

Ce sont ensuite les plateformes de streaming que nous connaissons actuellement qui ont été développées, dans le courant de la dématérialisation et désormais de la dépossession. L’industrie musicale a abandonné le modèle de la propriété, tout comme d’autres industries, structuré autour de la commercialisation de supports physiques pour entrer dans l’âge de l’accès (Rifkin, 2001). Les différentes sources de revenus au sein du secteur musical sont disparates en en faveur du streaming⁶. Le rapport de l’*IFPI* (2023) montre dans les statistiques de l’année 2022, une croissance de 9% des revenus de l’industrie musicale mondiale dont 67% de ces revenus proviennent du streaming. Le streaming musical permet une écoute gratuite et illimitée, en donnant accès à des millions de chansons de différents genres. En fonction des plateformes, il est possible d’écouter gratuitement avec interpositions régulières de publicités, d’y avoir accès moyennant le paiement d’un abonnement ou de télécharger les titres en format *MP3* contre achat direct de ces morceaux à la plateforme. L’accès y est possible à partir des différents périphériques usuels tels que les ordinateurs et appareils mobiles (Güven, 2018).

L’industrie musicale avec sa structure bien établie est désormais en pleine reconfiguration avec les services qui ont été proposés par la numérisation, remettant en question de nombreux acteurs qui voient leur fonction être remplacée par ces technologies et services, ou qui ne sont en tout cas plus aussi indispensables qu’auparavant. Nous verrons plus précisément la réintermédiation des chaînes de coopération par la suite.

⁵ Voir *Annexe 2*.

⁶ Voir *Annexe 3*.

2.1.2. La chaîne du disque

Nous allons procéder à un rapide tour du processus que l'on retrouve communément dans la production d'un disque au sein de l'industrie musicale. Cette chaîne d'étapes ne constitue pas un chemin obligatoire pour tous les artistes ; ces étapes sont plus ou moins importantes, plus ou moins nécessaires en fonction de ce qu'attendent les créateurs et producteurs d'une œuvre.

L'industrie musicale correspond à l'ensemble des activités qui entourent la création d'une œuvre musicale depuis sa création jusqu'à l'écoute des auditeurs. Ainsi, elle recouvre cinq étapes principales, communes aux industries culturelles (Farchy, 1999) : la création, l'édition et la production, la reproduction, la distribution, la commercialisation.

Aujourd'hui, l'économie de la musique n'est plus exclusivement centrée sur la musique mais a développé une flopée d'activités secondaires telles que le merchandising⁷, l'audio-visuel, la synchronisation⁸ de musique, le *direct-to-fan*⁹, ou encore le *branding*¹⁰ (Lefevre, 2018).

Si on s'intéresse au schéma standard retrouvé chez les *majors*, on peut retrouver de nombreuses activités très variées et interreliées couvrant l'entièreté du processus en interne¹¹. Une fois l'œuvre créée, elle doit être enregistrée avec ou sans l'aide de techniciens et musiciens de studio, et via du matériel qui y est dédié. Ensuite, l'œuvre est reproduite en quantité plus ou moins importante pour ce qui est de la commercialisation physique, avant d'être distribuée en magasin ou sur les plateformes digitales pour les versions dématérialisées, à échelle plus ou moins large. Cette production s'accompagne, en fonction des ressources dont disposent les producteurs, d'une promotion et de marketing. Il est également nécessaire de gérer les aspects légaux liés aux créations de l'artiste et de récolter les droits d'auteur et *royalties*¹² générés par l'œuvre (Hracs, 2012).

2.1.3. Structure et majors

Le marché global de la musique enregistrée est majoritairement représenté par trois compagnies aux noms bien connus : *Sony Music*, *Universal Music* et *Warner Music*. Ces trois compagnies représentent entre 70 et 90 % des parts de l'industrie du disque. Ces compagnies sont appelées

⁷ Vente de produits dérivés.

⁸ Placement de musique dans d'autres supports tels que dans le cinéma, la publicité ou les jeux vidéo.

⁹ Monétisation directe entre le public et l'artiste sans intervention de tiers.

¹⁰ Association à une marque publicitaire contre des avantages fournis par cette entreprise.

¹¹ Voir *Annexe 4*.

¹² Redevance versée à un auteur.

majors car le disque ne représente qu'une partie de leurs activités, et par rapport aux plus petites compagnies généralement qualifiées de labels indépendants (Lebrun, 2006).

En coordonnant sur un réseau international toutes les étapes de la production depuis l'enregistrement jusqu'à la vente, elles évitent les intermédiaires et maximisent les profits (Lefeuvre, 1998). La rivalité et concurrence qui caractérisent les *majors* et de manière plus générale le marché musical amènent ces grosses maisons de disques à racheter des plus petits labels pour acquérir de nouvelles parts de marché. Elles constituent ainsi un oligopole où est concentrée la majorité de la musique enregistrée (Lebrun, 2006).

Ranaivoson (2008) résume la place des *majors* :

L'industrie musicale ainsi circonscrite aux contenus musicaux reproductibles est d'abord caractérisée par une forte concentration horizontale. Celle-ci est le mieux symbolisée par l'existence de quatre maisons de disques d'envergure mondiale, les majors : Universal, Emi, Warner et Sony-Bmg.

En 2011, il n'existait plus que 3 *majors* suite au rachat de l'enregistrement de *Emi* par *Universal Music* (appartenant au groupe *Vivendi*) et l'édition par *Sony Music* (Atkinson, 2011).

Elles produisent et distribuent une grande proportion de l'ensemble des disques. De plus, elles gèrent ou possèdent, en tant qu'éditeurs, les droits liés à de nombreux titres dont les plus populaires. C'est au niveau de la distribution que la concentration aux mains des majors est la plus importante. En effet, elles sont responsables de la distribution au niveau mondial de la grande majorité des supports musicaux. La forte concentration horizontale se double enfin d'une intégration verticale, ces majors étant souvent présentes de la production jusqu'à la distribution. Elles sont elles-mêmes des filiales de groupes mondiaux de la communication, à l'exception de Emi (Ranaivoson, 2008).

On peut observer que cette double concentration s'accroît de plus en plus, de la création à la distribution, d'où le nom de *structure en entonnoir* (Flichy, 1980)¹³. On compte de nombreux créateurs qui sont filtrés dans un premier temps aux niveaux de l'édition et de la production. Ensuite, une seconde sélection se fait au niveau de la distribution qui permet aux morceaux d'atteindre des auditeurs¹⁴. C'est surtout à ce niveau qu'il y a une concentration très importante des moyens publicitaires et de marketing. Les artistes qui en arrivent là avec le soutien d'une *major* profitent donc d'une communication bien plus avantageuse. De plus, on voit beaucoup

¹³ Voir Annexe 5.

¹⁴ Voir Annexe 6.

plus de producteurs et d'éditeurs que de distributeurs, entraînant le passage très fréquent par les filières de distribution des *majors* (Benghozi, 2006).

Une critique habituelle adressée aux *majors* est leur manque d'intérêt pour la qualité artistique de la musique, et que les genres moins populaires ne rentrent pas dans les critères de sélection de ces compagnies. Souvent, elles n'accordent que peu d'intérêt aux artistes évoluant dans des marchés de niche, qui ont peu de notoriété et ne vendent pas plus de 20,000 exemplaires (Weissman, 2003). La signature entre un label et un artiste se base souvent sur la réputation qu'il a déjà et les chances que sa musique soit bien reçue par le public (Brown, 2012).

“When you enter a bar with a view of signing a band, don't look at the band. Head for the middle of the room. Look to the left and look to the right. If you can't see the walls, sign the band.”
(Chugg, 2008, dans Brown, 2012).

Ce type de fonctionnement au sein de l'oligopole détenant la majorité des ressources mène au *superstar phenomenon* (Rosen, 1981) ou *star-system* (Nicolas, 2022), sur quoi nous reviendrons au point suivant, menant à de très grandes disparités dans la distribution des revenus associés à la musique enregistrée, entre les quelques artistes à succès et tous les autres (Cox, Felton et al., 1995).

On présente communément l'industrie musicale comme structurellement clivée entre les grosses maisons de disques citées précédemment et une multitude de petits labels indépendants. Les rapports construits dans le cadre d'une relation bipolaire entre ces acteurs est souvent décrite comme une forme de cohabitation de ces structures différenciées principalement par leurs tailles, objectifs et éthiques (Lebrun, 2006).

La signature avec une maison de disques représente le support de ressources financières, matérielles et humaines aidant l'artiste dans le développement de sa musique, avec apport d'estime de la part de fans, pairs et collègues. Ce développement s'accompagne cependant d'intérêts externes à l'artiste, ainsi que de contraintes imposées par le label tels que des deadlines, budgets et standards de qualité. Cela peut donc entrer en confrontation avec les intérêts de l'artiste (Brown, 2012).

En développant depuis les années 2000 des *deals à 360 degrés* (Marshall, 2013), dont l'idée correspond à exploiter économiquement toutes les facettes d'une œuvre, des revenus du streaming aux droits d'auteur, ces compagnies cherchent à maximiser les revenus générés par les artistes. De cette manière, elles ont développé de très larges réseaux de production, édition,

distribution pour vendre la musique de manière efficiente et ont tissé des relations étroites avec des compagnies qui bookent des concerts, vendent des produits dérivés ou permettent de diffuser de la musique. N'importe quel artiste indépendant qui souhaite vivre de sa musique devra être à-même d'exploiter sa musique de manière tout aussi efficiente, indépendamment (Brown, 2012). On retrouve par exemple le partenariat entre *Universal* et le leader mondial de streaming *Spotify* en place depuis 2017, dont la collaboration leur permet entre autres de se partager des données sur leurs utilisateurs et clients (Boucher et al., 2020).

Dans le climat actuel de bousclement des intermédiaires de la production musicale, la redistribution des pouvoirs semble favoriser aujourd'hui les nouveaux intermédiaires, davantage que les artistes indépendants. Les gestionnaires d'accès à la diffusion tels que les distributeurs et les plateformes de streaming semblent s'intégrer à l'oligopole en place, en restructuration avec la transition numérique de l'industrie musicale, et qui cherche y garder sa position centrale (Pucheu, 2012).

A l'échelle industrielle globalisée, la reproduction musicale et la diffusion prennent une place importante dans les questions de diversité musicale. En effet, tout comme nous le reverrons plus tard, ce mode de production permet un accès plus large aux artistes ainsi qu'aux auditeurs. Cependant, elle peut permettre à certains acteurs de prendre une position hégémonique et centrale, et entraîne donc un risque d'homogénéisation et de réduction de la diversité culturelle. En effet, dans un marché dominé par un oligopole, il y a peu d'incitations à proposer de la musique radicalement différente (Mall, 2018). Gillett (2011) observe que les directives des *majors* sont fixées sur les attentes du marché, ayant tendance à produire un système de changement musical léger et progressif.

Cette échelle industrielle explique aussi pourquoi les industries culturelles et des médias semblent plus affectées que les autres activités artistiques et culturelles par la mondialisation et le développement des technologies numériques, deux tendances qui peuvent autant favoriser les échanges entre cultures que risquer de mener à une homogénéisation de celles-ci. Cette homogénéisation serait celle, déjà largement perceptible, des modes de consommation. (Ranaivoson, 2008)

La structure du secteur musical compte une profusion d'acteurs plus ou moins indépendants autres les *majors*, que nous allons aborder un peu plus loin. Il est important de poser une introduction au secteur musical et à ses acteurs dominants car c'est par rapport à ces derniers

que se rapporte la notion d'indépendance, et que les pratiques des indépendants vont être influencées.

2.1.4. *Star-system*

Les *majors* prenant désormais moins de risques ; ils préfèrent se focaliser sur un nombre réduit d'artistes qui ont plus de probabilités de sortir des *hits* et générer de meilleurs profits. Pour espérer être signés, ces artistes doivent prouver à ces compagnies qu'ils sont rentables puisque qu'elles préfèrent trouver des artistes rentables plutôt que de participer profondément à leur développement (Hracs, 2012). Ce concept de *hit* est devenu un élément essentiel de la musique médiatisée avec la diffusion de masse qu'a rendu possible la radio¹⁵. Ce principe rend une chanson très rapidement extrêmement populaire avant de la laisser retomber tout aussi vite, au moyen de la répétition amenant une soudaine popularisation et dépopularisation. C'est également ce concept qui a amené le principe des *stars* de la chanson, permettant de désigner le choix musical, la popularité et le degré de succès des chansons. Cela aboutit à la monopolisation et à la concurrence à l'intérieur du marché musical (Güven, 2018).

On retrouve ainsi un double phénomène de concentration avec un nombre réduit de produits disponibles au consommateur et des rémunérations concentrées sur les stars qui ont sorti ces produits sur lesquels il y a eu focalisation des ressources et des écoutes. Cet effet serait une conséquence des rapports de force entre les acteurs du secteur et les capacités déséquilibrées entre eux (Mariuzzo & Ormosi, 2020). Pour mettre des chiffres sur ces propositions, 0,4% du marché physique concentrait 61% des revenus associés aux ventes, et 0,3% du marché numérique représentait 44% des ventes en France pour l'année 2016 (Donnat, 2018).

Plusieurs modèles ont été proposés pour expliquer ce phénomène, tel que celui de Adler (1985) qui indique que l'utilité retirée par les auditeurs dépend de leur exposition directe aux œuvres ainsi que par discussion avec d'autres auditeurs qui partagent leurs expériences. Il est généralement plus aisé d'avoir des avis, retours et données sur des artistes populaires que sur des artistes moins populaires. On parle ainsi d'effet de *réseau positif*, où le mimétisme rationnel sur les expériences des autres poussent les auditeurs à se focaliser sur un nombre limité d'artistes, qui par *effet boule de neige* deviennent des stars.

¹⁵ Voir Annexe 7.

Les modèles que Nicolas (2022) expose dans son analyse semblent ne pas perdre en pertinence à l'heure actuelle où la promotion et la diffusion se font en grande partie de manière numérique. S'y ajoutent les algorithmes de recommandation mettant en avant du contenu personnalisé aux utilisateurs, bénéficiant également aux *stars* du système de diffusion (Nicolas, 2022). Le star-system et les rapports de force structurels à ce système sont renforcés par le système de rémunération des plateformes de streaming (Marshall, 2015). En effet, le principe des rémunérations d'une plateforme de streaming telle que *Spotify* est celui du pot commun, qui est divisé par un calcul au *prorata* des écoutes : un artiste qui compte pour 10% des écoutes totales recevra l'équivalent de 10% du capital alloué à tous les artistes de la plateforme. L'abonnement payé par quelqu'un qui n'écoute que quelques artistes de niche sera donc majoritairement versé non pas aux artistes qu'il écoute, mais aux *stars* même si il ne les écoute jamais (Brasseur, 2021).

2.1.5. Concentration et diversité

Comme nous l'avons vu dans la structure de l'industrie musicale, la grande majorité de la musique qui arrive aux oreilles des auditeurs passe par les rouages des *majors*. Cette concentration est apparue en Europe dans l'après-guerre avec *Emi*, *Bmg* et *Polygram/Philips* dont la maison-mère se situe respectivement en Grande-Bretagne, Allemagne et Pays-Bas. Ces sociétés étaient alors expertes dans les technologies d'enregistrement musical. L'organisation concurrentielle mondiale que nous connaissons actuellement remonte aux années 70, pour compter entre 1980 et 1990 que 90% du marché mondial appartenait à six compagnies – avec l'apparition de *Sony*, *Time/Warner* et *Universal* originaires pour la première du Japon, et des Etats-Unis pour les deux autres (Lebrun, 2006). Ensuite, la concentration s'est accrue avec le temps, à coups de fusions et rachats pour passer des *Big Six* des années 80 aux *Big Three* en 2012 (Mall, 2018).

Peterson et Berger (1975) concluent de leur analyse que le degré de diversité musicale est inversement proportionnelle au degré de concentration du marché. La concurrence observée sur le marché de la musique, comme nous l'avons dit précédemment, ne pousse pas à prendre des risques et à produire de la musique plus variée. Les membres de l'industrie procèdent ainsi à une présélection en considérant les attentes et feedbacks (Hirsch, 1969). Ce processus de sélection institutionnalise par-là la standardisation et la prévisibilité, et impose subtilement un

cadre de création que les artistes sont obligés de respecter. De plus, les auditeurs subissent également les stratégies de ce systèmes (Güven, 2018).

Cependant, Ranaivoson (2008) note une indétermination concernant les conséquences potentielles d'une augmentation de la concentration où s'opposent l'idée que la concentration mène à la standardisation et l'idée que la libéralisation mise en place à l'OMC permettrait d'accroître la diversité des choix possibles pour les auditeurs.

L'échelle industrielle de la reproduction et diffusion représente un facteur ambivalent important dans la question de la diversité. Elle permet d'un côté de faciliter l'accès à la culture mais menace de l'autre côté la diversité elle-même par la domination de quelques acteurs qu'elle rend possible (Ranaivoson, 2008). Il ajoute que les activités artistiques et culturelles semblent plus touchées par la mondialisation et le développement des technologies en raison de l'échelle l'industrielle à laquelle elles peuvent être sujettes. Bien que la mondialisation puisse accroître les échanges culturels, elle risque par sa forme de mener à une homogénéisation – qui est déjà observable dans nos modes de consommation.

Pour revenir à l'analyse de Peterson et Berger (1975), la diversité artistique dans la musique enregistrée diminue sous concentration car art et commerce sont opposés et inversement proportionnels. De plus, les périodes de concentration et diversité s'alternent : des périodes de forte concentration et faible diversité en alternance avec des périodes de faible concentration et plus grande diversité.

Dans le contexte actuel où la musique devient une activité secondaire et où il y a profusion de créations, Varnum et al. (2021) observent que les paroles des chansons actuelles tendent à être plus simples et plus courtes en comparaison au siècle précédent. En effet, plus une chanson est simple, au plus elle est mémorisable et a tendance à être partagée entre auditeurs. La simplicité permet de sortir de la masse dans une société saturée de données. De plus, c'est le fonctionnement des algorithmes des plateformes qui favorisent des musiques plus courtes, au détriment d'un développement plus complexe (Varnum et al., 2021).

En opposition, et pour nuancer le propos précédent, Waldfogel (2012) observe selon trois indicateurs de la qualité de la musique, que la diversité aurait augmenté de manière notable malgré l'impact des transformations de l'industrie musicale, à l'époque du passage aux *Big Three*.

2.2. Les indépendants

Chercher à caractériser l'indépendance n'est pas quelque chose d'aisé et on se rendra compte qu'il s'agit d'une situation ou d'un statut complexe dont les caractéristiques sont mouvantes dans le temps et l'espace. On peut en effet se demander si il s'agit davantage d'une question d'éthique ou d'esthétique ? De politique ? Plus précisément, de quoi sont-ils indépendants ? Du gouvernement ? Du public ? De l'industrie ?

2.2.1. Notion d'indépendance

La définition que l'on retrouve le plus généralement et dans sa version la plus simple est l'indépendance vis-à-vis des structures dominantes, et donc des *majors* dans le monde des musiques enregistrées (Pucheu, 2012). Dans sa version complexe, l'indépendance semble être insaisissable tant il existe une multitude d'artistes et acteurs variés aux niveaux de leurs motivations, intérêts et objectifs, revendications, et modes d'organisation (Pucheu, 2012). Tandis que cette notion est fréquemment utilisée dans les industries culturelles, on retrouve souvent cette notion pour caractériser les acteurs qui s'en réclament tel que l'*indie rock* ou *indie pop* pour ce qui est du genre musical par exemple, et plus généralement dans un rapport au travail et aux styles de vie (Noël & Pinto, 2018).

En-dehors du royaume commercial qui a caractérisé l'industrie musicale telle que décrite au point précédent où nous avons particulièrement porté intérêt aux *majors*, il existe de larges communautés d'amateurs et semi-professionnels de l'art et du business (Stratchan, 2007). Ces acteurs s'organisent en réaction à l'hégémonie de ces compagnies et leur logique commerciale, afin de trouver une alternative dans un *monde* où l'espace est clôt (Walzer, 2017).

Les indépendants s'assemblent afin de se rebeller contre le monopole commercial qu'ont les *majors* sur l'industrie du disque. Cette question de rébellion, ou résistance, peut être vue de plusieurs manières selon leur caractère plutôt radical ou alternatif. La radicalité renvoie à une idéologie politique et une volonté de transformation, tandis que l'alternatif cherche davantage à chercher un nouvel espace en-dehors ou en périphérie du système en place (Boissier, 2013).

Alors que l'indépendance signifie « ne pas dépendre de », l'autonomie désigne « créer sa propre loi » et renvoie ainsi à une indépendance relative aux régulations externes et n'agissant qu'en suivant ses logiques internes. L'indépendance tiendrait plutôt à une sorte d'instrument de désignation ou d'autodésignation au sein des industries culturelles. Ainsi, il peut s'agir d'une

stratégie de définition alternative pour se distinguer des acteurs qui dominent ces industries et de s'affranchir des critères imposés (Noël & Pinto, 2018). L'indépendance en tant qu'étiquette représenterait une forme de corruption et récupération par le marché, symptôme d'une perte d'autonomie des indépendants dans le secteur musical (Robin, 2008).

On retrouve un conflit dans les raisons pour lesquelles les indépendants s'identifient tels quels dans la situation où ils cherchent une valorisation de leur activité en espérant pouvoir en vivre, et donc trouver de l'estime chez le public et entrepreneurs du milieu, au-delà de simplement se faire plaisir. Souvent, ce dilemme est résolu via un compromis artistique, dont se plaignent souvent les artistes indépendants (Brown, 2012).

La définition négative de l'indépendance vis-à-vis des *majors* et par extension, des logiques du marché, n'est pas universelle. On retrouve beaucoup l'indépendance comme principe d'une activité artistique tournée vers l'art dans son essence et qui ne laisse pas de place aux logiques marchandes. La question de la valorisation se réfère à l'authenticité et la qualité artistique pour toute une partie des indépendants. La valorisation correspond à un soutien nécessaire pour l'activité elle-même, sans chercher à en dégager des profits (Pucheu, 2012).

Cependant, l'indépendance ne correspond pas pour tous les acteurs se définissant indépendants à une volonté ou un choix, et (Pucheu, 2012) propose une catégorisation tripartite des indépendants :

- 1) *Les indépendants à vocation indépendante (...) qui renvoient non seulement à une catégorie d'acteurs indépendants des majors du point de vue de leur activité propre et dont l'identité culturelle même se trouve déterminée par cette opposition.*

On y retrouve majoritairement les structures de petites et très petites tailles, gérées par une personne ou un groupe d'amis produisant peu d'albums à petite échelle (Strachan, 2007) et souvent soutenues par de larges réseaux de bénévoles et dont les financements proviennent fréquemment de sources externes à l'activité musicale (Pucheu, 2012).

- 2) *L'indépendance structurelle ou indépendance de fait qui désigne d'innombrables acteurs (label, éditeur, distributeur, producteur, etc.) indépendants du point de vue de l'appropriation capitaliste mais dont une partie significative des activités dépend de collaborations ou de partenariats avec les majors. (Pucheu, 2012).*

L'autoproduction entend donc être la même chose que les indépendants à vocation indépendante, ou micro-indépendants, qui opèrent à échelle réduite et avec une éthique propre à eux en évitant tout compromis avec l'industrie musicale. Au contraire, les labels indépendants

sont contraints de suivre une certaine logique capitaliste pour pallier aux problèmes de financement et distribution, et d'accepter des compromis avec le mainstream (Boissier, 2013).

- 3) *Une dernière forme d'indépendance qui englobe l'ensemble des « gros » labels indépendants pour la plupart « enfants dissidents » des majors. Tout en s'identifiant parfois aux deux catégories précédentes, ces acteurs se distinguent par leur mode d'organisation structurelle souvent proche des majors et leurs interactions beaucoup plus nombreuses avec ces dernières. (Pucheu, 2012).*

Cette typologie permet de faire un premier tri parmi les différents acteurs et structures se revendiquant de l'indépendance mais dont les caractéristiques se différencient d'emblée, et ne sont pas entièrement détachées des *majors* comme la définition simple l'entend.

De nombreuses personnes indépendantes ne rattachent pas de caractéristiques claires concernant l'indépendance. Les avantages perçus tournent souvent autour du contrôle et de la distance avec les externalités influençant leur art, ainsi que l'expérience et le développement personnel lié aux aspects liés à cette pratique. Les désavantages perçus tournent quant à eux autour du manque de ressources, une énorme quantité de travail et un manque de visibilité (Brown, 2012).

Pinçon (1986) met en avant que l'autoproduction, et par là la gestion indépendante d'un projet, demande un investissement en équipement et beaucoup de temps. L'autoproduction qui semble d'un point de vue extérieur librement choisie peut être contrainte de par la difficulté d'accès aux marchés existants. De plus, elle n'est pas accessible à tous en raison de l'investissement qu'elle demande, et est sujette donc aux inégalités de ressources monétaires et non monétaires. L'autoproduction peut aller au-delà d'un manque de ressources et devenir une dimension idéologique, essentielle dans le champ musical, dotée d'une attitude respectée et estimée (Boissier, 2013).

2.2.2. Idéologie historique

Historiquement, une idéologie et identité fortes ont caractérisé les mouvements musicaux plus ou moins contre-culturels comme par exemple le rock, le punk et post-punk, ou encore l'indie, aux niveaux politiques et moraux, et plus ou moins marqués en fonction des périodes, acteurs et courants concernés. Leur musique s'inscrivant en contre-culture proposait donc une volonté d'indépendance plus ou moins marquée.

Les producteurs indépendants ont montré une féroce volonté de production autonome en réaction à la place des *majors*, particulièrement à partir des années 70 où émerge un discours néomarxiste de résistance au capitalisme (Lebrun, 2006).

On retrouve dans l'indie rock une volonté prononcée d'expression « pure » et d'échange inaltéré entre l'artiste et l'auditeur, nu de quelconques manipulations techniques hi-tech que l'on retrouve dans les productions musicales à grande échelle. Leur musique prend une valeur symbolique en se positionnant comme défenseurs de la *bonne musique*. Leurs créations prennent une forme *lo-fi* non conventionnelle en évitant les studios avec de l'équipement professionnel, qui fait référence à elle-même et en exclut l'auditeur naïf. Il se positionne ainsi en-dehors des logiques commerciales et économiques tout en résistant aux conventions pour être en pleine maîtrise de leurs réalisations (Hibbett, 2005).

Dans le même temps, des acteurs de la scène punk donnent un sens similaire à l'autoproduction. En effet, certains artistes de ce « genre musical » revendiquent dans leurs pratiques le refus du modèle des majors ou du modèle de consommation à tout prix (Cuffolo & Brée, 2021).

On trouve dans la littérature concernant l'indépendance musicale de nombreuses références à l'éthique Do-It-Yourself, majoritairement abrégée *DIY*, inhérente à l'autoproduction. On voit chez les artistes *DIY* une volonté d'expression alternative en mettant l'accent sur la créativité et l'authenticité. Cette éthique s'oppose à l'industrie musicale et ses productions très poussées, ses sonorités travaillées, son matériel professionnel, etc. (Moore, 2002).

De nombreux groupes ont cependant glissé de cette éthique vers le succès commercial, tels que les musiciens rock comme l'indique Frith (1983) en opposition avec l'éthique mentionnée dans le paragraphe précédent. Tandis que Bourdieu (1996) inscrit la musique populaire dans une culture commerciale, Negus (1995) nuance ce propos en indiquant qu'il est difficile pour les artistes de faire une distinction stricte entre le créatif et le commercial dans les décisions qu'ils prennent puisque intimement liés dans les industries culturelles. Également, les artistes sont parfois catégorisés d'indépendant dû à leur sonorité ou leur image alors qu'ils n'en possèdent pas les caractéristiques traditionnelles.

On peut observer une resignification du concept d'indépendance où l'éthique *DIY* est remplacée davantage par d'autres propriétés. Alors que certains y voient la mort de la « vraie » indépendance, on peut considérer que ce concept se redéfinit et s'adapte aux nouvelles conventions du secteur musical (Boissier, 2013).

Dans l'étude de Drijver & Hitters (2017) sur les micro-indépendants néerlandais, on remarque que la majorité de ces acteurs montrent des motivations morales à enrichir le contenu musical de réalisations variées. On peut considérer cet acte de résistance symbolique dans une volonté indirecte à contrer l'hégémonie des *majors*. Ils cherchent tout de même par leurs activités à influencer les courants dominants de l'industrie musicale.

Force est de constater une restructuration de l'indépendance à vocation indépendante, en passant d'une opposition marquée dans les années 80, à un affaiblissement de ce courant dans les années 90, à une volonté de s'épanouir dans et en-dehors de l'industrie musicale simultanément. Ainsi, les indépendants entretiennent pour la plupart « (...) *des rapports 'schizophréniques' avec les majors, dont les modèles de développement économique exercent autant de fascination que de répulsion* » (Pucheu, 2012).

2.2.3. *Marché parallèle*

A côté de la concurrence entre les *majors* existent les indépendants, détenant entre 10 et 30% de parts de marché selon Lebrun (2006), ou 38% selon le *Worldwide Independent Network* (WIN, 2016), constituant une légère mais constante progression. Comme nous l'avons vu, la majorité sont des petites structures comptant une ou deux personnes et sont caractérisés par une absence de leadership et une non-intégration aux *majors* (Lebrun, 2006). Ces très petites structures n'agissent pas en résistance frontale à l'oligopole dominante mais opèrent plutôt sur un marché parallèle, et se distinguent par des productions non-mainstreams et un désintéressement économique (Drijver & Hitters, 2017).

Dans l'aversion des micro-structures indépendantes pour le capitalisme musical, ils décident de développer leurs propres pratiques en se différenciant du mainstream commercial (Hesmondhalgh, 1999) qui peut être perçu comme de la résistance symbolique. La production industrielle homogénéisante permet aux indépendants de développer leur propre niche avec des artistes marginaux, en vue de toucher des auditeurs spécialisés (Lebrun, 2006).

Néanmoins, des asymétries importantes sont observées entre ces deux marchés puisque les indépendants sont hors-compétition en matière de développement technologique et ressources, et que ces derniers sont régulièrement contraints de passer par les services de distribution des *majors* qui possèdent les contacts, filiales publicitaires, médias et espaces de vente. Ce rapport de force met les indépendants dans une position de demandeurs (Lebrun, 2006).

Les maisons de disques distribuent des œuvres en se basant sur ce qu'ils savent des attentes du public, et ne favorise pas les innovations au sein de leurs productions. Les changements, ou glissements, musicaux s'opèrent davantage chez les indépendants qui explorent leur marché parallèle, étant par-là les seuls à prendre de réels risques (Mall, 2018). Dans les cas où ça plaît au public, plusieurs entrepreneurs de ce marché de niche s'approprient également ces nouveautés résultant en une poussée de créativité. Finalement, si les retours sont suffisants, les *majors* intègrent ces innovations à leur marché et évincent les indépendants par compétition déséquilibrée (Frith, 1981). Dans cette cohabitation, on observe donc souvent des innovations aux origines indépendantes que les *majors* sont plus habiletés à exploiter et rentabiliser¹⁶ (Farchy, 1999).

Généralement, les producteurs indépendants comprennent ce qui motive la production de masse des *majors* de musique mainstream, visant à toucher la plus grande audience possible et de maximiser les profits. En agissant de cette manière par rapport aux marchés de niche avec lesquels se distinguent les indépendants, les *majors* se cantonnent à un marché large mais défini. Les micro-indépendants acceptent ainsi que les conventions utilisées dans l'industrie mainstream soient ce qu'elles sont tant ils s'en détachent. De plus, en se basant sur l'étude réalisée auprès des micro-indépendants dont nous avons parlé plus tôt, ils n'ont pas l'ambition de renverser l'hégémonie des *majors* ou d'entrer en compétition directe avec eux, qu'ils jugent d'irréaliste et naïf (Drijver & Hitters, 2017).

"It's not my mission to overthrow the majors. That would be absurd to think, because with our type of music you simply can't overthrow any major record company (...)". (Lasse of the Rotterdam Betontoon label, communication personnelle, dans Drijver & Hitters, 2017)

Dans l'étude menée par Mariuzzo et Ormosi (2020), on réalise que l'indépendance ne peut être qu'une étape pour les artistes qui attendent de signer des deals intéressants, et n'est donc qu'une voie à l'accession au mainstream et à ses conventions. De telles considérations sont valables dans le cas où les réalisations desdits artistes cadrent avec le système que proposent les *majors*. De plus, lorsqu'un artiste gagne du succès, les modalités commerciales qui en découlent redéfinissent plus ou moins les rapports de l'artiste avec l'industrie musicale en fonction de son degré de succès et de ses implications. Lors de la montée d'un artiste, ses pratiques de réalisations nécessitent de meilleures conditions d'enregistrement, de distribution et de gestion.

¹⁶ Voir Annexe 8..

Ce sont généralement des services que les *majors* sont en capacité d'offrir avec un suivi multifacettes bien en place grâce à leur expérience. Les artistes et petits labels sont rarement en capacité de soutenir un artiste dans son ascension (Lebrun, 2006).

Les technologies ont permis dans une certaine mesure aux artistes indépendants de rivaliser avec les grosses structures grâce aux outils numériques tels que les *home studios*. Ils permettent également d'augmenter la diversité et la créativité via de nouveaux outils et instruments. De plus, la promotion et la distribution leur est également bien plus accessible. En France, 58% des artistes passaient par l'autoproduction en 2014 (Bacache-Beauvallet & Bourreau, 2022). Notons cependant que le numérique joue un double jeu sur les inégalités entre les artistes puisque permet dans un premier temps de réduire les coûts de production tout en augmentant son accessibilité ; mais dans un deuxième temps, les plateformes de diffusion numérique génèrent un effet de réseau qui renforce le *star-system*. (Bacache-Beauvallet & Bourreau, 2022). Nous reviendrons sur l'importance des technologies plus tard.

2.2.4. *Le travail indépendant*

Dans la perspective d'une carrière musicale, les artistes indépendants contemporains doivent adopter un comportement d'entrepreneur pour relever les divers enjeux qui gravitent autour de cette profession. Les technologies et la réduction des coûts associés à ces dernières ont diminué dans un premier temps l'investissement financier, mais a favorisé ensuite l'augmentation du nombre d'artistes musicaux. Par conséquent, les comportements qu'adoptent les professionnels actuels ou en devenir ont changé.

L'artiste contemporain prend désormais la forme du *bedroom producer* entouré d'un ordinateur et d'un DAW¹⁷, qui peut apprendre les compétences nécessaires à la gestion globale de son projet (Sexton, 2008). Ces technologies permettent de rivaliser avec les *majors* en permettant de créer des morceaux aux sonorités « professionnelles », dans la mesure où l'artiste a les compétences techniques pour le faire. Puisque la perception d'un artiste et les écoutes sont directement liées à la qualité sonore, il est important d'avoir ces compétences ou de s'entourer de personnes qui s'y connaissent (Boucher et al., 2020).

Les nouvelles technologies poussent à une restructuration de l'industrie musicale et transforment la production indépendante, qui glisse du marché de niche vers le modèle de la production mainstream. Ce glissement impacte les pratiques des artistes qui doivent se charger

¹⁷ Digital Audio Workstation. Logiciel de traitement numérique du son.

des nombreuses tâches que l'on retrouve dans les grosses productions, de manière solitaire (Hracs, 2012). Les questions qui prennent désormais le plus de place concernent la promotion et les revenus pour un artiste souhaitant vivre de son activité (Boucher et al., 2020).

Les limites d'un indépendant sont davantage des questions de charge de travail, et investissement financier et immatériel que des questions de possibilités et accessibilité.

La transition entrepreneuriale des indépendants leur demande de développer de nombreuses compétences variées de sorte à assurer les tâches non artistiques¹⁸ comme la légalité ou la comptabilité (Hracs, 2012). La part créative des artistes indépendants est amputée du temps et de l'énergie que ces personnes doivent mettre ailleurs, en devenant multi-tâches et se déspécialisant (McRobbie, 2002).

“It's a full-time job but only about 10 percent involves music. The rest of it is the marketing and the looking for work” (communication personnelle, dans Hracs, 2012).

Dans ce contexte, la signature avec un label ou un entourage professionnel peut être très intéressant pour l'artiste, et particulièrement dans la distribution et promotion, ainsi que dans le réseautage (Boucher et al., 2020). On retrouve la même idée dans une interview du directeur du label *Embassy of Music* :

“(...) de faire tout ce qui est en notre pouvoir pour donner vie à la vision de ces incroyables artistes, (...), c'est toujours une relation plus fructueuse quand l'artiste est à même de se concentrer complètement sur sa musique ; tous les artistes dont je m'occupe ont 100% du contrôle sur leur création, et c'est possible justement parce qu'ils n'ont pas à se soucier des métadonnées, de la logistique des disques, de la promotion ou du marketing.” (Konrad von Loehneysen, communication personnelle, dans IFPI, 2020)

Dans une enquête (Cooper & Wills, 1989) réalisée auprès d'artistes à propos du stress qu'ils ressentent, on retrouve une forme de stress lié au travail en lui-même comprenant par exemple les relations au travail ou l'équilibre travail-vie personnelle ; et une seconde forme concernant la quantité de travail et le développement de carrière. Les artistes développent des périodes de fort scepticisme et sont plus touchés que la moyenne par le neuroticisme¹⁹.

¹⁸ Voir Annexe 9.

¹⁹ Tendance à éprouver un état émotionnel négatif de manière durable.

On peut se demander si il s'agit de la charge de travail qui pousse 75% des artistes indépendants actuels à vouloir signer un contrat chez un label²⁰. (ReverbNation & Digital Music News, 2011). Tandis que les nouvelles technologies ont permis la production de musique de bonne qualité en *home studio* ainsi que de gérer les différentes facettes de production d'une œuvre, cela demande une bonne maîtrise de tous ces outils, couplé à une mentalité entrepreneuriale à développer face à une très grande quantité de travail varié et souvent éloigné de l'art. Pour certains, l'approche DIY peut causer plus de mal que de bien (Brasseur, 2021)

2.3. L'importance des technologies

Dans les années 70, produire de la musique indépendante était beaucoup moins accessible qu'actuellement. Il fallait payer au minimum 10,000 \$, aller en studio, engager des ingénieurs et producteurs qui avaient les compétences car ce savoir-faire était très spécialisé. De plus, la distribution d'albums se faisait en rue ou après les concerts, car ils n'avaient pas la possibilité d'opérer autrement, à moins de signer un deal avec des labels (Hracs, 2012).

Les technologies ont radicalement démocratisé la production musicale sous différents aspects et l'a rendue accessible à de nombreux artistes (Leyshon, 2009). On peut dire que la technologie a un effet d'aplanissement :

"Now, anybody who owns a computer is a producer and engineer. But it wasn't very long ago that being a record producer was a very specialized, very high-end field of work where you had to have hundreds of thousands of dollars invested in gear just to do the work. There still are people who do that but the bar has been dropped so much lower in terms of who can do that. To some extent that has a real flattening effect on what kind of money is involved in that."
(communication personnelle, dans Hracs, 2012)

2.3.1. Accessibilité technique et technologique

Sexton (2008) suggère que la technologie moderne, et particulièrement depuis le début du siècle, a poussé la créativité vers l'avant en permettant un accès élargi des artistes à l'enregistrement et à la distribution, grâce aux ordinateurs et DAWs. Cela a réduit le temps global de la chaîne d'étapes nécessaires à la réalisation d'œuvres.

Les artistes ne sont plus obligés de passer par une *major* pour produire leurs morceaux, amenant l'indépendance à la forme la plus courante de travail :

²⁰ Voir Annexe 10.

“In the early 1980s, being an independent musician was a choice. Some people didn’t want to work towards a major label deal because there were restrictions and conditions attached to that. Now very few artists can still get signed to major label deals, so the majority of artists end up on the independent side.” (communication personnelle, dans Hracs, 2012)

De la même manière, les réseaux sociaux sont largement utilisés, tels que Facebook et Instagram pour atteindre une audience plus large, et particulièrement pour les marchés de niche. Les plateformes comme YouTube, SoundCloud, Spotify et iTunes permettent également une diffusion et de générer des revenus supplémentaires, bien que souvent très faibles. Cependant, contrairement aux réseaux de distributions parallèles qui étaient mis en place par exemple à l’époque de la montée du punk, les réseaux de distribution actuels sont ceux appartenant à des conglomérats médiatiques mondiaux, mettant donc sur le même réseau les productions mainstream et les productions de niche (Drijver & Hitters, 2017).

On retrouve une proportion largement majoritaire des musiques qui se retrouvent sur les plateformes de streaming. L’accessibilité de la production musicale a fait exploser le nombre de créations disponibles, créant une masse considérable. Cela amène un vrai problème de visibilité pour se détacher de la masse, impactant les comportements des artistes souhaitant en vivre (Boucher et al., 2020).

Globalement, les technologies digitales ont offert aux musiciens la possibilité de posséder des outils permettant une réelle indépendance, avec une accessibilité sans précédent. De plus, les outils mis à disposition permettant l’enregistrement, le mixage, le mastering, etc. demandent moins de compétences très spécialisées en étant de plus en plus simples à prendre en main (Hracs, 2012).

“As digital technology developed ... things became more affordable. \$3,000 will buy you a really good computer, software and a bunch of equipment. Technology has made recording more affordable. More people are able to do it on their own. People became less dependent on the label deal, or the big-money contracts. You didn’t have to sell your soul for that \$20,000 to make the record or whatever. You can actually do whatever you wanted at home by yourself.” (communication personnelle, dans Hracs, 2012)

Internet permet à des amateurs « enrichis » par ce qu’ils peuvent apprendre dans des communautés de pratique, de rivaliser avec les productions professionnelles (Boissier, 2013). A l’accessibilité et l’abordabilité s’ajoutent les possibilités qu’offre Internet, en laissant ces producteurs indépendants connecter entre-eux (Taha, 2011).

Les changements dans les pratiques qu'encourage Internet fait ressortir une nouvelle forme d'entrepreneuriat collectif avec une autonomie importante via les différents tutoriels existant qui couvrent tous les aspects de l'enregistrement, production et promotion (Walzer, 2017).

2.3.2. Internet et réseaux sociaux

Internet représente pour les artistes indépendants un outil plus ou moins indispensable. L'étude de Madden (2004) nous renseigne sur l'importance d'Internet dans les pratiques des artistes DIY : 64% le considère très important, 25 % moyennement important, et 11% disent que ce n'est pas important. Il observe notamment que Internet a été fortement intégré dans leur routine musicale (Brown, 2012).

Comme déjà énoncé, il s'agit d'un moyen clé pour la distribution et la promotion, et leur offre beaucoup de liberté créative, autonomie et contrôle (Hibbett, 2005). Les musiciens sont aujourd'hui capables de distribuer et faire la promotion presque gratuitement et de toucher une audience internationale (Kruse, 2010)

Les musiques indépendantes peuvent donc être partagées en ligne, permettant un échange direct avec des personnes d'autres régions, pays et continents (Walzer, 2017). Hors de la simple distribution, cela permet la création de communautés qui peuvent discuter et se soutenir autour de leurs centres d'intérêts musicaux (Kruse, 2010).

De manière générale, Internet favorise les interactions sociales entre participants géographiquement éloignés et proches, en augmentant les opportunités de rencontres réelles entre toutes les sortes de participants à ce *monde*. Ils peuvent plus aisément trouver des collaborations, planifier des rencontres, etc. (Kruse, 2010).

Une étude a été menée dans une banlieue de Toronto où tous les foyers avaient une connexion internet rapide. Les enquêteurs ont pu remarquer que la plupart des utilisateurs utilisent Internet pour discuter avec des personnes qu'ils connaissent déjà, et planifient des rencontres hors-ligne avec les gens qu'ils ont rencontrés via ce média. Les rencontres hors-ligne se sont déroulées généralement mieux quand ces personnes ont discuté au préalable sur Internet. En ce sens, Internet favorise la création de réseaux artistiques et augmente la coopération (Kruse, 2010).

2.3.3. Désintermédiation et réintermédiation

La numérisation et Internet ont fortement augmenté les capacités de création, de distribution et de valorisation de la musique résultant en une pleine reconfiguration de la chaîne de valeur de

la musique enregistrée, résultant également en une redistribution des revenus associés tout au long de la chaîne, et des sources de revenus multiples et hétérogènes.

Dans cette restructuration, l'accessibilité aux moyens de diffusion et création est facilitée aux artistes via des boîtes à outils, des plateformes et les réseaux sociaux. Ainsi, on y trouve le moyen de réduire l'importance des tiers, et de s'affranchir des *majors* et de leur hégémonie, laissant plus de place à la liberté et la créativité (Ruiz, Tellier et al., 2021).

On assiste ainsi à un processus de désintermédiation entre l'artiste et son public, par la suppression des intermédiaires et un partage direct entre eux. Dans le même temps, on voit de nouveaux acteurs s'installer dans ces relations telles que les plateformes de streaming. On parle alors de réintermédiation. L'émergence de ces nouveaux intermédiaires affecte directement le comportement des artistes et leurs choix (Brasseur, 2021).

Kruse (2010) affirme que les approches alternatives de production musicale ont érodé le pouvoir que détenaient les structures dominantes de l'industrie musicale. D'un côté, on peut voir une volonté à contourner le système des *majors* via les nouveaux médias (Brown, 2012), et d'un autre côté une pratique d'autoproduction par résignation à ne pas pouvoir passer par un label indépendant à cause de la fragilisation du marché et de leur rachat par les *majors* (Brown, 2012).

Cependant, si volonté de ne pas passer par ces grosses structures il y a, la visibilité devient un enjeu important. L'énorme quantité de musique mise en ligne chaque jour est distribuée indistinctement sur les plateformes digitales. Les artistes DIY se retrouvent marginalisés si ils n'ont pas les ressources ou contacts pour être mis en avant dans les catalogues et playlists (Pucheu, 2012). Ces nouveaux médiateurs de diffusion vont de ce fait influencer les stratégies des artistes indépendants pour être mis en avant.

Puisque les artistes indépendants sont désormais capables de prendre en main la chaîne de valeur et menacent ainsi la position des *majors*, ces derniers réorientent leurs stratégies en renforçant leurs compétences essentielles et leur expertise de sorte à rester attractifs pour les musiciens (Brasseur, 2021). Bien que les *majors* occupent toujours une position clé dans l'industrie musicale par leurs relations étroites avec les systèmes culturels et de communication, les nouvelles technologies leur ont fait perdre leur centralité (Menezes, 2020).

Par ailleurs, dans la réorientation de stratégies des *majors*, on les voit aujourd'hui plus averses au risque résultant en un nombre réduit de signatures d'artistes. C'est également un cas, dont

nous avons déjà discuté plus tôt, où l'indépendance est acquise par résignation et où l'artiste doit d'abord sortir un ou plusieurs albums en DIY avant de prétendre à une signature en label (Hracs, 2012).

“Why should the record company go out there and find a raw talent and walk them through all the steps in the whole process ? It is a much less risky proposition to take established talent or somewhat established talent than completely raw talent.” (communication personnelle, dans Hracs, 2012).

2.4. La vie d'artiste

Après avoir discuté du secteur musical, milieu avec lequel les indépendants ont des relations plus ou moins proches, nous allons introduire l'artiste et les revenus associés à ses activités, et autres formes de valorisation de son travail. De plus, nous nous intéresserons aux motivations de ces personnes en lien avec la valorisation artistique, et les considérations d'amateurisme et de professionnalisme au regard de leurs pratiques.

2.4.1. Notion d'artiste

D'une manière générale, ceux qui sont engagés dans la création d'œuvres d'art et tous ceux qui les accompagnent dans la société considèrent que l'art requiert des talents, des dons ou des capacités que seuls quelques-uns possèdent. Certains sont plus doués que d'autres, et très peu sont assez doués pour mériter le titre honorifique d'« artiste ». Lorsque les artistes sont exceptionnellement doués, lorsqu'ils apportent des œuvres considérées comme particulièrement importantes pour la société et jouissent donc de privilèges particuliers, il faut s'assurer que seuls ceux qui possèdent vraiment le talent nécessaire puissent jouir de ce privilège; et cela à travers une sélection opérée par des mécanismes spécifiques qui varient selon les sociétés et les pratiques artistiques. Dans notre système occidental, nous attribuons certes un don spécifique aux artistes, mais nous croyons que pour savoir qui détient ce don, il faut donner une chance tous et juger sur leurs œuvres. Le titre d'artiste est réservé à ceux qui exercent l'activité principale de réalisation de l'œuvre, tandis que les autres activités sont moins estimées et moins extraordinaires. Certaines de ces activités peuvent changer de statut – l'ingénieur du son, par exemple, est passé du statut de technicien à celui de créateur artistique beaucoup plus développé qu'il ne l'était dans les années 40, lui attribuant le titre d'artistique qui exige un talent particulier. Il y a un décalage entre la perception de l'artiste doué, où le talent est issu de la spontanéité de l'expression et de l'inspiration; et les méthodes de travail régulières.

La réputation de l'artiste et de l'œuvre se renforcent mutuellement. Nous apprécions davantage le travail des artistes que nous estimons, tout comme nous apprécions davantage que les œuvres des artistes que nous admirons. Lorsque la distribution d'œuvres d'art implique une transaction commerciale, le niveau de notoriété peut être converti en valeur financière. Par conséquent, on peut voir la valeur d'une œuvre diminuer suite à un changement d'attribution.

Becker (1988) prend l'exemple du romancier britannique Anthony Trollope qui s'est livré à une expérience pour confronter sa célébrité à ses réalisations : il a ainsi publié plusieurs nouvelles sous anonymat. Il a pu remarquer un bien moindre succès pour ces réalisations que pour les romans qu'il avait publiés en son nom.

2.4.2. *Revenus et activités*

Les conditions moyennes des artistes de la musique sont précaires et incertaines et nécessitent un important apport en capital financier. Différents facteurs pratiques tels que la mise en réseau et l'auto-marketing sont indispensables pour survivre économiquement dans ce milieu. Pour vivre de sa musique, l'artiste doit souvent jouer un répertoire varié en s'adapter aux différentes demandes (plutôt artistiques ou plutôt fonctionnelles), et développer des compétences professionnelles et entrepreneuriales (Umney, 2021).

En effet, la vente de musique enregistrée actuelle passant majoritairement par le streaming via des plateformes telles que YouTube, Spotify ou Deezer, les rémunérations qui arrivent aux mains des artistes sont très faibles. Lefeuvre (2018) établit un point de comparaison entre les différents revenus en fonction du type de diffusion (matériel ou immatériel) et en fonction de la situation (artiste autoproduit, via un label ou un distributeur, premier contrat, etc.). Étalonné aux prix fixés par la plateforme de vente de musique en ligne de Apple qui sont respectivement de 0,99\$ par titre, et 9,99\$ par album, on observe qu'un artiste autoproduit distribuant ses créations de manière directe et digitale peut percevoir 100% des revenus associés à ses créations ; tandis que dans le cas d'un premier contrat avec un label, l'artiste va toucher 8% des revenus. Au bout de la chaîne d'intermédiaires, ces montants sont donc très faibles, en-dehors des stars à qui le *star-system* profite (Nicolas, 2022).

Encore, dans le cas d'une vente directe de CD, l'artiste touchera en moyenne 150% du revenu-étalon contre 16,1% pour un CD en licence sur un label. Au vu de ces chiffres, il semble impossible de vivre de sa musique en passant par un label. Concernant le streaming, les rémunérations sont de l'ordre de 0,001-0,004 euros par écoute. Ceci explique donc d'une part la nécessité de diversification des activités des artistes, ainsi que l'approche d'autoproduction.

L'autoproduction permettrait ainsi plus de libertés aux artistes, ainsi que des revenus largement plus élevés (Lefeuve, 2018).

Souvent, les artistes cherchent des moyens de valoriser financièrement leurs projets dans l'espoir de pérenniser leur activité, via des campagnes de crowdfunding ou autres moyens (Walzer, 2017).

Les artistes DIY savent qu'ils ne deviendront pas riches avec leur pratique artistique car les revenus des ventes restent majoritairement très faibles. Ils travaillent donc à côté, le plus souvent dans une activité proche de leur art (Drijver & Hitters, 2017). Bien qu'une grande proportion des artistes aimeraient pouvoir travailler à temps-plein sur leurs réalisations, ils sont souvent contraints d'exercer une activité secondaire qui leur assure des revenus stables au sein d'une industrie musicale instable (Bennett & Peterson, 2004).

Les revenus représentent fréquemment le nerf de la guerre pour des artistes qui souhaitent vivre de leur musique ou l'autofinancer. Les montants des royalties versés sur base des écoutes et ventes sont généralement à la discrétion des labels, dans le cas d'un artiste signé chez eux, et des plateformes de streaming avec lesquelles ils peuvent avoir des arrangements. Ce montant dépend du nombre d'écoutes et du système de rémunération imposé par la plateforme (Hviid et al., 2018). Alors que le nombre d'utilisateurs de la plateforme augmente chaque année, le système de paiement fait que la majorité des artistes ne sentent pas la différence et favorise les stars (Brasseur, 2021).

Face à ces nouveaux intermédiaires qu'incarnent les plateformes de streaming en ligne, les artistes indépendants n'ont pas de prise même si ils ne sont pas en accord avec leur système. La puissance de l'oligopole ne permet pas de négociations concernant la légitimité et standardisation de ces modèles économiques. Cela est différent dans le cas des *majors* qui ont un pouvoir de négociation tout autre, et bénéficient de droits importants concernant l'exploitation de leur catalogue (Pucheu, 2012).

Les contraintes qu'imposent ces systèmes de rémunération arbitrairement fixés peuvent peser lourd sur les revenus de petites structures de l'industrie musicale :

« Deezer, Spotify, YouTube et les autres m'ont tué ! » : « 100 000 écoutes rapporteraient dans les 150 euros, à partager royalement entre producteur et artiste. Quel artiste, quel producteur, peut applaudir à ce calcul ? La vérité, c'est que par un tour de magie qui n'a pris que quelques années, la musique enregistrée a perdu toute sa valeur » (Germa, 2011, dans Pucheu, 2012).

2.4.3. Valorisations et motivations

Moins de 5% des artistes, selon l'étude de Rogers (2008) sont motivés par l'argent qui prend plutôt un rôle accessoire. Trop d'argent leur cause du stress, tout comme n'en avoir pas assez (Drijver & Hitters, 2017). La musique est plus une question de passion que de commerce et les musiciens vont délaissé des hauts revenus pour la chance de vivre de leur art. Cette caractéristique rend ces individus singuliers et incomparables à d'autres groupes (Krueger, 2019).

Bien qu'on puisse observer une discrimination envers les artistes indépendants dans le star-system régnant dans l'industrie musicale, de nombreuses personnes continuent d'y participer, chaque jour plus nombreux. Ils font principalement de la musique par plaisir et volonté de partage de leurs projets dans lesquels ils croient. Dans un second temps, ils espèrent en vivre. Les technologies modernes les autorisent à partager leur musique, pour laquelle ils n'espèrent pas forcément de retours financiers (Krueger, 2019). Nous nous demandons tout de même si il s'agit là d'une résignation à l'idée d'en vivre et d'un discours de légitimation de leur situation.

Néanmoins, il est évident que les artistes ne retirent pas rien du partage de leurs œuvres. Ils en retirent effectivement des récompenses symboliques par les valeurs qu'ils partagent. Ces valeurs prennent la forme d'expression et communication, et d'expériences ainsi que des hommages récoltés de leur pratique (Sternal, 2017). Les récompenses symboliques sont typiques des productions indépendantes opérant dans des marchés de niche (Hesmondhalgh, 2006).

En ce sens, l'estime devient l'unité du prestige, et peut se rattacher aux valeurs et idéologies de l'artiste tout comme aux aspects purement musicaux (Brown, 2012).

2.4.4. Entre amateur et professionnel

Amateurs, semi-professionnels, professionnels, on observe souvent un flou concernant ce type de dénomination chez les artistes indépendants par rapport aux imaginaires associés. Les imaginaires qui accompagnent ces notions, dans la mesure où elles sont réellement applicables, peut avoir des répercussions sur les rapports que les artistes entretiennent avec l'industrie musicale.

Même si la rémunération n'est pas un objectif premier chez les artistes DIY, la volonté d'action en autonomie et le désir d'être rémunéré pour pouvoir en vivre amène une ambivalence. Se

professionnaliser, c'est laisser derrière soi une éthique, un engagement social et politique qui font sortir l'artiste de l'éthique DIY (Boissier, 2013).

Comme le relève Pourtau (2006) :

« Quelqu'un qui ne veut pas vivre financièrement de sa passion est un amateur, le même mot que l'on utilise pour quelqu'un qui débute, qui ne maîtrise pas sa pratique. « Professionnel » possède le même double sens mais inversé : quelqu'un qui fait d'une activité un métier mais qui est aussi expérimenté, compétent, bon dans ce domaine »

On retrouve parfois associé aux non-professionnels le loisir : *« des pratiques solitaires réalisées à la maison mais dont la présentation publique est importante »* (Gelber, 1999 dans Boissier, 2013).

Cependant, comme nous l'avons vu dans les pratiques des artistes DIY, les procédés employés et partagés permettent une transmission de connaissances dans une intention de professionnalisation au point d'être à-même de rivaliser avec les « vrais » professionnels. Le rôle des amateurs dans le développement des connaissances professionnelles se rapproche de la notion de « loisir sérieux » que décrit Stebbins (2007).

Partie 2 – Méthodologie

I. Grille d'analyse

1.1. Les mondes de l'art

L'ouvrage *Les mondes de l'art* de Howard S. Becker (1988) nous servira de grille d'analyse dans notre recherche sur les artistes indépendants dans le monde de la musique. Comme nous l'avons déjà introduit, la sociologie de Becker permet d'appréhender la complexité des réseaux coopératifs au sein d'activités artistiques, et de rendre compte de la multitude d'activités qui lient chacun des acteurs de ce monde. Ce monde vécu en commun présente la dimension collective des activités, conventions et interactions partagées et développées, entre et par ses membres.

Nous tenons à rappeler que la structure, incluant son organisation et ses frontières, d'un monde de l'art ne sont pas immuables ni déterminées – Becker en donnant volontairement une définition imprécise. Contrairement à l'idée intuitive d'une nature organisationnelle de la structure des mondes de l'art, Becker assume son appartenance au courant interactionniste de l'école de Chicago. L'approche de Becker propose des rapports entre les participants d'un monde de l'art plus riche et complexe que ceux provenant du behaviourisme et de l'économie où les participants sont réduits aux rôles d'émetteurs et récepteurs, dans des relations mécaniques. Dans cette analyse, les acteurs sont différenciés avec des importances et influences relatives diverses au regard de l'artiste, proposant des sensibilités et intérêts également divers (Benghozi, 1990).

La production d'une œuvre implique ainsi de nombreuses étapes impliquant un certain temps, un certain nombre de ressources humaines et matérielles, des choix plus ou moins importants, des influences plus ou moins importantes de sources variées et changeantes, la présence d'un public et d'esthéticiens portant une appréciation sur l'œuvre dans son ensemble, et encore d'un argumentatif philosophique et esthétique justifiant l'intérêt et le sens d'une telle production au regard de la société. De plus, elle s'inscrit dans un système de conventions permettant de garantir une certaine stabilité et efficacité de coopération entre les membres de chaînes de coopération. Les artistes peuvent être en accord ou en désaccord avec ces conventions de manière plus ou moins prononcée et consciente, et impliquant une recherche d'alternative en cas de désaccord, demandant souvent beaucoup de temps et d'argent supplémentaires.

Nous discutons ici la question de la conscience que les artistes ont de ces conventions car de nombreux membres d'un *monde de l'art* ont connaissance des conventions et les prennent ainsi pour acquies telles que déterminées par le monde auquel ils appartiennent, sans toujours se rendre compte que celles-ci ont été construites par l'histoire de leur discipline et de leurs expériences personnelles. Par exemple, la remise en question du système tonal occidental, dans le cadre de cette recherche, n'est pas une chose naturelle ni évidente. Les conventions du monde de l'art partagées par les artistes indépendants sont plus ou moins questionnables, réappropriées et remises en question en fonction de la convention en question et du rapport de l'artiste à cette dernière.

Cette question de la conscience des conventions est relativement importante concernant les entretiens qui se dérouleront avec les artistes puisqu'il s'agira davantage de déchiffrer leurs propres rapports aux conventions que de tirer des réponses directes concernant ces dernières. L'effort d'interprétation en sera donc d'autant plus important tant nous envisageons la difficulté qu'auront les artistes à énoncer les raisons qui les motivent à prendre telle ou telle décision. Le langage musical consiste davantage en un ensemble de ressentis et impressions apprises au cours des contacts que les membres ont eu avec la musique dans ses sons, structures et harmonies, ainsi qu'avec les discours la qualifiant.

Rappelons-nous que c'est en fonction des choix personnels des artistes, découlant de leurs propres expériences, possibilités, idéologies, connaissances, réseaux et influences, que leurs choix seront pris, donnant naissance à des œuvres variées empreintes de ces empilements de décisions.

Mon expérience personnelle en tant que musicien sous ses différentes facettes me permettra de décoder ce langage. Avoir moi-même créé et diffusé de manière indépendante et en autoproduction me permet d'avoir du recul sur la situation des artistes interviewés et d'appréhender leur réalité et motivations. Dans mon processus de création et diffusion, et réflexions inhérentes à ce dernier projet et à mes projets à venir, j'ai probablement fait face à des situations en commun avec de nombreux artistes indépendants résultant en des choix communs ou différents sur base de motivations et idéologies communes ou différentes.

Comme beaucoup, je me suis demandé par quel distributeur j'allais pouvoir passer, et quels avantages et contraintes ces derniers allaient m'appliquer, et quels en seraient les impacts sur la diffusion de mes réalisations. Encore, au niveau esthétique, j'ai dû faire le choix de réaliser le mixage par moi-même, par un professionnel, un semi-professionnel ou encore un étudiant ou

amateur ; compte tenu des coûts que chacun impliquait mais également de la qualité du mix, de l'influence que ces personnes allaient amener dans la réalisation du mix, ou encore de ce que le public aimerait entendre, face à ma propre recherche de plaisir dans les différents aspects de cette création.

Finalement, l'ouvrage de Becker me permet une propre réflexivité sur ma vision de mes projets et sur moi-même dans ma pratique et mes expériences.

Pour reprendre et résumer la grille d'analyse qui a été développée dans la Partie 1 de ce travail, et qui pourrait être, selon Becker (1988), applicable à toute organisation sociale :

« L'étude de l'art comme action collective participe d'une démarche qui s'applique plus généralement à l'analyse de l'organisation sociale. On peut essayer de cerner le réseau, grand ou petit, dont l'action collective a permis à l'évènement de se produire sous cette forme. Nous pouvons rechercher les réseaux dont la coopération est devenue régulière ou routinière, et préciser les conventions qui permettent à leurs différents membres de coordonner leurs activités respectives. Si nous généralisons la théorie construite pour l'analyse des activités artistiques, nous pouvons étudier des organisations sociales de toutes sortes, en identifiant les réseaux spécifiques de production, les intersections entre ces réseaux, en discernant le rôle joué par les conventions dans la coordination des activités des participants, mais aussi les limites que les conventions en vigueur assignent à l'action collective, et les changements que peuvent provoquer de nouvelles conditions de mobilisation des ressources nécessaires. »

Nous retrouverons l'analyse originale du sociologue américain en filigrane tout au long de cette recherche.

La grille d'analyse que constitue *Les mondes de l'art* et la sociologie de Becker s'éloigne donc d'une théorie fonctionnaliste qui impliquerait le déroulement déterminé des activités d'un monde sans quoi son système s'effondrerait. Dans cette perspective, l'analyse par *les mondes* que permet l'ouvrage de Becker est préférée à l'analyse par *les champs* de Bourdieu.

1.2. Les mondes préférés aux champs

La notion de *monde* de Becker a contribué de manière conséquente à la sociologie. Elle est parfois oubliée dans sa spécificité quand elle est rapporté à une variante de la notion de *champs* de Bourdieu. Ces deux notions sont interchangeables avec l'une qui insiste davantage sur le conflit, tandis que l'autre met l'accent sur la coopération et la complémentarité des acteurs et de leurs actions. Nous souhaitons exposer les raisons qui nous ont poussé à préférer le concept

de *monde* dans le cadre de notre recherche, sur base d'une comparaison des deux sociologies établie au cours d'un dialogue entre Howard S. Becker et Alain Pessin (2006).

Telle une métaphore physique, le *champ* correspond à un espace défini et restreint, avec un nombre de places limité et dont la somme des activités qui s'y déroulent est nulle. Ce concept induit naturellement l'affrontement des individus au sein de cet espace, et ceux qui y sont déjà empêchent à de potentiels nouveaux arrivants d'y accéder, protégeant leurs propres intérêts. L'espace correspond ici à quelque chose en quantité finie que les gens veulent. Pour Bourdieu, il s'agit généralement d'estime ou reconnaissance mais cela peut également être autre chose telles que des ressources matérielles ou l'accès à la diffusion par exemple.

Ce champ est organisé selon les forces qui le structurent, dont les plus grandes sont le pouvoir, ressemblant à la capacité à contrôler les ressources – ces gens formulent des jugements sur les nouveaux arrivants et décident de leur acceptation ou rejet.

Dans notre recherche, les ressources que Bourdieu évoque correspondraient aux postes dans les maisons de disques, aux esthéticiens garantissant l'accès à la diffusion et par là à l'estime et la réputation, ou encore l'argent.

Les agents appartenant aux champs s'apparentent à des particules dans un champ de forces dont la course est régie par ses forces et par leur propre inertie, chose à laquelle se refuse Becker. Ces agents sont des gens, différents, agissant selon leurs perspectives et prenant en compte celles des autres. Les participants à un *monde* n'agissent pas de manière automatique en réponse, presque prévisible, aux stimuli de leur environnement, mais développent leur activité petit à petit en prenant en compte les réactions des autres de sorte à ajuster leur trajectoire. Il s'agit d'une analyse qui met au centre l'activité collective.

L'approche de Becker permet également de faire rentrer en considération les personnes qui sont conventionnellement mises à l'écart de l'artistique, mais qui travaillent bien dans ce domaine et participent donc inévitablement d'une manière ou d'une autre au résultat final des œuvres. Cela nous permet de les incorporer à ce qui est *faire de l'art*, avec l'idée qu'une œuvre d'art est bien la production d'un monde dans son ensemble et non pas uniquement de l'artiste.

Le *monde* n'est pas un ensemble fermé et isolé, où les conventions et activités se déroulant déjà au sein de ce *monde* ne permettent pas à de nouveaux participants, les *outsiders*²¹, d'y entrer à

²¹ Pour le lecteur intéressé, fait référence à Becker, H. S. (1985). *Outsiders: Études de sociologie de la déviance*.

moins d'être choisis. Le monopole ne se rencontre que très rarement et ne peut pas durer indéfiniment, invalidant cette sélection d'entrée.

De plus les individus non acceptés dans ce *champ* mais qui veulent tout de même pratiquer leur activité, peuvent créer leur propre *champ*, aller voir ailleurs sans même rentrer en compétition, chercher et créer des alternatives ; et le monopole ne sera pas assez puissant que pour les en empêcher. Becker ajoute que typiquement dans le domaine artistique des sociétés contemporaines, il est possible d'échapper au pouvoir des leaders, ce qui ne peut pas être forcément le cas dans d'autres situations.

Les gens sont libres de rechercher des alternatives, limitées par leur pouvoir d'action et celui des autres. Becker (2006) admet que « *peut-être que cette approche donne-t-elle une vision de la vie sociale plus ouverte au changement continu et l'action spontanée qu'elle ne l'est réellement* », en se basant sur les régularités que l'on retrouve dans la vie sociale et revenant de cette manière sur l'importance des conventions.

Alain Pessin (2006) conclut ce dialogue, et donne le mot de la fin sur les raisons qui nous ont poussé à préférer la sociologie de Becker :

“Ce sont deux collectes opposées dans leur intention et, nécessairement, dans leur résultat: la collecte philosophico-sociologique, à la recherche de l'essence du social, et qui conduit à la théorie du champ, et la collecte sociologico-ethnographique à la recherche de l'explicitation des circonstances dans lesquelles des situations sociales se nouent entre différents acteurs - la notion de monde.”

II. Littérature

Nous avons procédé à une revue de la littérature afin d'analyser en amont le contexte de notre travail et les recherches, rapports, articles et contenus audio-visuels déjà réalisés qui touchaient à notre question de recherche.

Dans un premier temps, nous avons procédé à une recherche exploratoire sur le contexte. Nous entendons par contexte, le secteur musical actuel dans sa globalité, ainsi que la place historique des acteurs de ce secteur. Nous avons principalement axé nos recherches sur la place des *majors* versus *les autres*. Nous nous sommes à ce moment-là plongés dans la réintermédiation des acteurs de la chaîne de production suite au glissement numérique de l'économie de la musique et ses transformations, et la structure du marché musical. Les innovations technologiques et les

plateformes digitales étaient également un élément clé à ce stade de recherches de par les possibilités qu'elles offrent aux artistes indépendants.

Dans un second temps, nous avons effectué des recherches directement sur les artistes indépendants, labels indépendants et micro-indépendants. D'un point de vue historique, une grande partie des travaux qui ont retenu notre attention portaient sur l'éthique *Do-It-Yourself*, la culture punk, post-punk et *indie* issues d'Angleterre. Nous ne partons pas du principe que les caractéristiques et motivations des artistes indépendants anglais soient objectivement applicables à notre recherche puisqu'il s'agit de contextes plus ou moins différents d'un aspect à l'autre. Cependant, la théorie mise en avant par ces travaux nous serviront de balises comme points de comparaisons avec le sujet de notre étude.

Dans un troisième temps, nous avons procédé à l'examen de contenu en rapport direct avec les indépendants contemporains et les enjeux auxquels ils sont confrontés dans l'industrie musicale actuelle où la place du numérique et des technologies est prépondérante

Nous avons également recueilli des données qualitatives et quantitatives par la consultation de revues telles *Larsen* et *Audimat*. Ces dernières ont l'avantage de s'intéresser sérieusement aux actualités de la musique populaire belge, et sur la musique populaire actuelle, respectivement. Ces dernières nous permettront de pouvoir confronter la théorie avec les expériences d'artistes contemporains et les enjeux actuels de la musique populaire.

Une méta-analyse de la littérature mise en avant par Mall (2018) révèle un « *indie prejudice : une préférence pour (et même un biais en faveur) des labels indépendants couplé à une approche dédaigneuse dans l'étude des majors et du mainstream (...)* ».

Tandis que les indépendants étaient mis sur un piédestal, les majors étaient perçus comme les antagonistes du film sur le secteur musical. Les majors seraient perçus dans la majorité des travaux comme une grande compagnie spéculant exclusivement sur l'aspect financier de la musique sans prendre en aucun cas compte des aspects artistiques des œuvres qu'ils produisent. Ces biais pourraient donc représenter les préférences personnelles des auteurs pour la culture pop et ses politiques de représentation et de résistance. L'auteur met donc en garde contre la négligence des chercheurs ayant un biais émotionnel qui prennent le risque de passer à côté des comportements d'indépendants similaires à ceux que l'on retrouve dans le mainstream.

Nous pouvons appuyer directement ce propos avec les résultats de l'étude sur des micro-indépendants néerlandais (Drijver & Hitters, 2017) dont ressort une compréhension des intérêts des majors par les micro-labels étudiés. Ces derniers considèrent que eux et les majors ne travaillent pas sur les mêmes marchés et que c'est une industrie complètement différente. Ils acceptent que les conventions, relations entre la compagnie et les artistes ne soient pas les mêmes. On peut donc observer que les motivations politiques des micros-indépendants néerlandais sont fort différentes de celles de leurs comparses anglais qui ont une volonté à combattre le système hégémonique des majors. De plus, Hesmondhalgh (1999) a décrit une grande ferveur politique et esthétique des indépendants anglais dans les courants punk et post-punk qui prend ses racines dans la société anglaise, peut-être plus fortement politisée.

Cela met donc en lumière un biais général qu'il est possible ou probable de retrouver dans les articles traitant des artistes indépendants ou des « petits artistes ». On peut retrouver dans ce schéma un remake singulier de David et Goliath, pour lequel un parti pris peu facilement biaiser notre objectivité. Nous resterons conscients de ce biais potentiel au fil de la recherche afin nous en écarter le plus possible.

III. Échantillon

Pour récolter des données qualitatives, nous avons effectué d'une part des entretiens directs auprès d'artistes et professionnels du milieu, et d'autre part avons également récolté des données auprès d'articles et plateformes en ligne.

L'échantillon de personnes interrogées a pour but de représenter les artistes créateurs indépendants, en se référant aux définitions employées dans la Partie 1 de ce travail.

Les critères de sélection et exclusions étaient les plus compliqués à mettre sur pied dû à la complexité à distinguer l'artistique du non artistique. Nous avons pu observer dans *Les mondes de l'art* que Becker se gardait de faire la distinction entre ce qui est inclus dans l'art et ce qui ne l'est pas, tout en mettant l'accent sur l'importance de cette distinction au sein des systèmes de conventions propres à chaque réseaux de coopération.

La complexité d'une telle distinction tient à poser les limites d'un tel cadre au milieu d'une immense variété de genres musicaux et situations propres à chaque artiste. Les pratiques et descriptions sont tributaires du temps, de la localisation, des acteurs au sein de leurs réseaux de coopération. Becker insiste sur le dynamisme des mondes, n'étant en aucun cas statiques. Les

caractérisations d'art et d'artiste varient particulièrement aujourd'hui, synchroniquement aux innovations techniques (Lowies & Bottacin, 2021). En tentant d'établir les frontières de l'artistique propre à un *monde* donné, on rencontre la problématique de l'identité : de quelle manière les individus se perçoivent, sont perçus, croient qu'ils sont perçus ? Relativement, comment va-t-il se présenter ? La résolution que l'on retrouve en grande partie dans la littérature sociologique propose de laisser prévaloir le critère d'autodéfinition : est artiste celui qui déclare être artiste (Lowies & Bottacin, 2021). Nous pouvons attendre d'individus pleinement socialisés au sein de leur *monde de l'art*, qu'ils soient au fait de ce qui s'y fait, qu'ils partagent des avis sur la valeur des œuvres que produit ce *monde*, qu'ils comprennent les conventions esthétiques régissant leur discipline, dans l'optique d'un processus de création qui n'est en aucun cas isolé, mais bien collectif. L'artiste est au courant des principes, arguments et jugements esthétiques internes au réseau de coopération dans lequel il se construit.

Nous ne porterons donc pas de jugements esthétiques sur la pratique musicale des artistes composant l'échantillon, tous styles et genres confondus, comptant tout de même que ces derniers s'inscrivent dans la pratique de musique populaire, par opposition à la musique dite savante.

Ceci étant posé, nous cherchons bien évidemment à récolter des données pertinentes sur les artistes qui agissent au sein de leur *monde de l'art*. Cela implique que ces derniers prennent part aux réseaux de coopération dans la production de leurs œuvres, aient des interactions avec d'autres participants à ce *monde* et avec les conventions qui le structurent. Ils doivent également avoir déjà exploré les différentes étapes du processus de création et ce qu'elles impliquent tels que par exemple le financement, l'enregistrement, la promotion, la diffusion, ou encore les choix qu'ils ont dû prendre aux différentes étapes de la production de leurs réalisations. Nous souhaitons donc interroger des artistes créateurs d'œuvres originales, avec comme critère de sélection la participation au processus de diffusion, en digital, physique ou en live, de ces œuvres. De plus, le secteur musical ayant évolué considérablement sur les vingt dernières années²², et dans le souci de rendre compte au mieux de la situation des artistes dans l'industrie musicale actuelle ainsi que son évolution, nous privilégierons les artistes dont les dernières œuvres ont été diffusées après 2010.

²² Voir Annexe 2.

Lors de notre recherche exploratoire, nous avons également interrogé un manager d'artistes nous permettant d'avoir une vision interne au secteur musical de l'a part d'un professionnel multi-tâches en contact régulier avec de nombreux acteurs du milieu musical en Belgique, en France, et dans une moindre mesure à l'international. En effet, le manager est souvent une personne référente auprès des artistes, qui facilite les contacts avec les autres acteurs. Le manager partage donc de nombreuses relations avec le personnel de renfort intervenant dans les différentes étapes de production de l'œuvre, ainsi qu'avec des artistes éclectiques ayant des motivations et situations diverses.

Nous avons aussi cherché à avoir l'intervention d'ingénieurs du son au sein des groupes interviewés. De nombreux ingénieurs du son ont une expérience avec plusieurs artistes, comprennent bien les standards techniques et de qualité de production et sont fort confrontés à l'industrie musicale.

Les critères d'échantillonnage une fois définis, nous avons fait des recherches de sorte à trouver les protagonistes de notre sujet de recherche. Pour ce faire, nous avons recherché des artistes indépendants belges qui répondaient aux critères mentionnés précédemment via *l'Intégrale de la musique*. Cette plateforme et base de données éditée par l'asbl Conseil de la Musique tend à être la plus exhaustive possible dans des perspectives de professionnalisation, visibilité et informations publiques. Elle nous offre un accès à de nombreuses informations concernant la réalité du secteur musical actuel, les médias, lieux de diffusion, la distribution, les aides au financement, l'édition, etc.

Bien que cette base données vise à être la plus exhaustive possible, elle ne rend pas justice à tous les artistes en Wallonie et à Bruxelles. En tant que néo-praticien dans la discipline, je pourrai profiter de mes contacts afin de contacter des groupes de musique indépendante. L'avantage de mes connaissances sur la pratique de ces groupes me permettent de juger en amont si ils réunissent les conditions nécessaires pour amener des données pertinentes à notre étude. Nous avons également pu profiter d'informations directes auprès des plateformes hébergeant les œuvres desdits artistes, pouvant en tirer un univers musical ainsi que des renseignements sur le label, les moyen de productions et parfois la distribution.

Parallèlement, nous procéderons à un échantillonnage boule de neige (Morgan, 2008). Le renseignement par les artistes indépendants eux-mêmes nous permettra de cibler directement leurs relations dont les critères correspondent à ceux recherchés, dans le but d'élargir au plus notre champ de recherche et d'assurer davantage de robustesse scientifique.

Finalement, nous interrogerons ces individus via des entretiens semi-structurés à ouverts en nous focalisant sur les comportements, attitudes, motivations, idéologies, projections et expériences énoncés par les répondants (Boeije, 2005). Les raisons qui nous poussent à opter pour de tels types d'entretiens est que nous appréhendons les expériences des artistes comme faisant partie d'un entremêlement des nombreux facteurs discutés plus tôt dans ce travail, et que seule la discussion et l'espace donné aux répondants leur permettront de broser les différentes ramifications de ces facteurs. Plus ils pourront répondre de manière ouverte et élaborée, plus les réponses seront complètes et claires, réduisant les interprétations approximatives.

L'idée générale des entretiens est de discuter de sujet-balises, de faire un échange d'expérience le plus naturel détaché au possible de quelconque cadre formel. Dans la même optique, nous préférons les entretiens en face-à-face quand cela sera possible.

IV. Présentation des individus interviewés

Artiste	Années d'activité	Nombre de personnes **	Genre	Activité	Label	Diffusion	Remarques
Coralien	3 ans	1 (2)	Pop	Pro	/	Streaming et radio	/
Elysiane	5 ans	1 (5)	Pop – rock	Semi-pro*	Moonzoo Music	Streaming et CD	Interview de Arnaud Devillers, leader, ingénieur du son
Gustave Brass Band	8 ans	10	Fanfare – Brass	Semi-pro	/	Streaming	Interview de Martin Pichault, compositeur
Lo Bailly	4 ans	1 (3)	Spoken Word	Pro	62TV	Streaming	/
Quentin Leonnetti	6 ans	1	Ambient experimental	Amateur	/	BandCamp	/
Roza	3 ans	1 (3-5)	Pop – Folk – World	Pro	/	Streaming, CD et radio	/
Stanmore	1 an	4	Metal Progressif	Amateur*	/	Streaming	Interview de Simon Van Mullem, un des deux leaders / compositeurs, ingénieur du son
Steem	1 an	1	Instrumental – Neo-soul	Amateur*	/	Streaming et rue	/
Triplay	5 ans	3 (4)	Pop – Rock – Folk	Semi-Pro	/	Streaming, CD et radio	Interview de Carlo Ughi, chanteur
Groupe A***	4 ans	2 (4)	Folk – Rock – Ambient	Semi-Pro	/	Streaming	Interview du leader, ingénieur du son
Groupe B***	2 ans	5	Metal Core	Semi-Pro*	/	Streaming	Interview du chanteur, ingénieur du son

Les lieux et dates d'interviews peuvent être retrouvés dans l'Annexe 11..

Le questionnaire de référence peut être retrouvé dans l'Annexe 12.

* Ambition de professionnalisation

** Nombre de personnes au centre du projet (Nombre de personnes sur scène)

*** Souhait d'anonymisation

Partie 3 – Les musiciens indépendants en Belgique

Dans cette partie, nous allons analyser ce qui a été mis en lumière par les participants que nous avons interrogés, sur base de la conjonction de notre grille d'analyse et des éléments de littérature exposés ci-avant. Ainsi, nous allons présenter les personnes et intermédiaires dont s'entourent ces artistes, la manière dont ils diffusent ou souhaitent diffuser leurs œuvres, la gestion des ressources matérielles et humaines impliquées, et finalement leur notion d'indépendance vis-à-vis du milieu musical et son organisation.

Au cours des différents entretiens que nous avons réalisés, nous avons rencontré une diversité d'individus, avec des personnalités très différentes, des situations et parcours variés, des motivations personnelles, ainsi que des genres musicaux et influences éclectiques.

Rappelons-le, l'objectif de ce travail n'est pas de catégoriser ou grouper les indépendants selon un faisceau de caractéristiques, mais plutôt de pénétrer un *monde* hétérogène pour observer les interactions qui s'y déroulent. Poser des caractéristiques sélectives et universelles sur un tel *monde* nous semble de prime abord irréalisable.

Nous notons comme points communs pour chacun des individus rencontrés, qu'ils pratiquent de la musique pour leur propre plaisir depuis de nombreuses années, et souvent depuis leur enfance. De plus, ils partagent pour la quasi-totalité l'envie de jouer sur scène comme motivation primaire, sur fond d'un désir de partage d'eux-mêmes, de communication et communion avec un public. Nous avons systématiquement retrouvé une bienveillance et une attitude de non-jugement envers les autres artistes et genres musicaux.

« Je me suis dit ok, maintenant j'ai envie de jouer sur scène, avec mes morceaux. Là j'ai commencé à chercher des gens autour de moi comme je pouvais c'est-à-dire zéro expérience dans la musique. Je suis tombé sur un Corentin, un gars qu'on m'avait conseillé, on est allé boire un verre, on avait les mêmes envies, et ok on se met en groupe ». (Elysiane)

« L'idée à la base c'était de faire des gros concerts où on se marre, mais là ça devient quelque chose de beaucoup plus personnel. J'ai envie que mes chansons elles parlent de quelque chose, qu'elles expriment ce qu'on a en nous. » (Stanmore)

« Une fois que ça c'est fait, t'as forcément envie de continuer le truc, t'as un doigt pris dans l'engrenage, t'as forcément envie de plus en fait, que ce soit plus diffusé ou plus qualitatif. C'est un empilement d'objectifs les uns après les autres. » (Lo Bailly)

I. Entourage

Les artistes s'entourent de personnes dans leur pratique à différents niveaux. Nous allons ici discuter de leur entourage dans la réalisation et la production de l'œuvre finale, et l'articulation des tâches inhérentes. Il appartient à l'artiste de décider si il souhaite s'entourer de plus ou moins de personnes.

« Si l'artiste a pas de manager, c'est très difficile pour lui parce que son rôle c'est pas de s'y connaître dans les contrats. Si il a pas de manager, le label pourra faire passer des trucs un peu plus énormes et l'artiste va signer sans vraiment savoir. » (Boris Engels)

« C'est pour ça qu'il y pas mal d'artistes qui restent complètement indé. C'est qu'ils se disent que la plus-value est pas si grande que ça. Donc si t'es artiste et que t'es un peu débrouillard : que tu gères ta com' sur les réseaux, que t'es capable de trouver un manager, un booker, un attaché presse, on peut vraiment se demander ce qu'un label peut t'apporter. » (Boris Engels)

« C'est du cas par cas. Si l'artiste est complètement largué, le label peut vraiment l'aider à se structurer qui peut valoir cette perte de pourcentage. Puis ils peuvent t'apporter du réseautage, un peu de sous, te développer dans d'autres pays, te donner un attaché presse qui te donne de bons résultats. » (Boris Engels)

On observe dans l'entourage de la majorité des groupes la présence d'au moins une personne intégrée au secteur musical, et qui connaît son fonctionnement global. Ces personnes sont issues du milieu professionnel et semi-professionnels, et peuvent les aiguiller et conseiller sur l'enregistrement, sur la forme de leur œuvre, sur les contacts à avoir et les personnes dont s'entourer.

« Je sais pas si t'as d'office besoin d'avoir un manager, par contre avoir des grands frères et grandes sœurs, des gens qui sont passés par les mêmes galères que toi et qui peuvent t'expliquer un peu comment ça marche. Je pense que c'est important parce que tu peux perdre beaucoup de temps à juste chercher les infos. C'est vraiment compliqué de savoir où aller... comment... Avoir quelques personne-ressources bienveillantes, c'est assez essentiel. » (Roza)

Il faut différencier l'implication des artistes dans leur art, couplé à leur envie d'en vivre, car cela impacte la manière dont ils s'entourent. En effet, on remarque que Roza, Coralien et Lo Bailly sont les trois artistes qui consacrent la totalité de leur temps à leurs projets musicaux, en ayant arrêté leurs études ou professions précédentes, qui présentent un entourage plus large. On retrouve chez chacun la présence d'un manager, d'un booker et d'un attaché de presse.

Gustave Brass Band passe également pas un booker, tandis que le reste des artistes interviewés n'étaient pas, ou pas encore, entourés des personnes spécialisées que nous venons de citer.

« Le but c'est de pouvoir réduire la charge mentale liée à toute la gestion de projet et essayer de se concentrer plus sur la création artistique. Dans un projet en développement qui rapporte pas beaucoup d'argent comme le mien, une manager elle gagne pas beaucoup avec ton projet donc tu peux pas lui demander un temps-plein et penser à tout ce qu'il faut faire. » (Roza)

« Une manager ça va quand même crédibiliser et ça permet de faire une sorte d'interface avec le milieu professionnel. Et puis elle savait plein de choses que moi je savais pas, et des fois elle m'aide à déclarer mes trucs parce que administrativement c'est colossal. » (Roza)

Ils délèguent à ces professionnels des tâches dans lesquelles ils sont spécialisés, où s'y connaissent mieux, sur base d'arrangements rapides. L'entourage professionnel peut être plus ou moins proches des artistes, et on voit que les artistes favorisent les relations de confiance avec ces personnes. Les rôles sont moyennement définis d'un cas à l'autre, et redéfinis dans le temps en fonction des capacités des uns et des autres.

« J'ai commencé de manière professionnelle quand j'ai fait écouter mes morceaux à Boris²³ qui a flashé, et qui les a fait écouter à son entourage. Là un éditeur était chaud éditer le projet, faire le push en radio, le push médiatique, etc. Il a joué aussi un peu le rôle d'un attaché de presse, sauf qu'il n'y avait pas cachet à payer, il se rémunérait sur les droits d'auteur. » (Coralien)

« Mon manager a géré dans un premier temps le booking, parce qu'on avait pas encore de booker. Au début ça arrive qu'il fasse un petit peu tout, mais quand le projet prend de l'ampleur, c'est un autre boulot, c'est un métier. Et niveau de la distribution, c'est moi qui upload les titres sur les plateformes de streaming avec Distrokid. C'est lui qui a géré tout l'aspect impression des albums et tout. Ça c'est cool que ce soit lui qui ait pris ça en charge, parce qu'il y avait tellement de choses... au niveau promo et tout, et finalisation des titres. Il connaissait déjà ça et ça lui prenait beaucoup moins de temps. C'est ça qui est cool avec un manager, c'est que ça permet d'être soulagé sur plein plein de points différents, de plus être tout seul sur le bateau. » (Coralien)

« Il y a ma manager, en booking j'ai l'aide de Julien, puis il y aussi une agence de promotion presse. Ce sont toutes des structures indépendantes qui se rémunèrent... ma manager elle prend 15%, Julien 15% sur les dates seulement, et les agences de com' et de presse c'est plus au forfait et ça doit être genre 2500 pour un trimestre. » (Roza)

« Je pense que le fait d'être à deux dans la réflexion, ça aide beaucoup parce que l'artiste il est plein de doutes. Il faut trouver un manager qui correspond aux envies artistiques et que les

²³ Boris Engels

deux soient sur la même longueur d'onde sinon c'est des conflits tout le temps. Lui avec son regard de pro, il a pu m'orienter. » (Coralien)

Dans le cas des artistes non-professionnels, il n'y a pas de volonté consciente à chercher des personnes spécialisées. Ce sont souvent des personnes de l'entourage proche qui vont les conseiller et les aider à se lancer.

« On a enregistré avec Saule parce que lui voulait un peu se lancer là-dedans. Nous on s'est pas posé la question, déjà parce que c'est lui qui est venu avec l'idée de compos, c'est lui qui nous coachait, et vu que c'était un copain du Cédric et puis à nous... ça nous semblait logique et il nous demandait pratiquement rien donc c'était une aubaine pour nous. » (Triplay)

« Quand j'ai décidé de distribuer mes musiques sur Spotify, je suis tout d'abord allé voir un ami qui l'avait déjà fait, et pourrait me conseiller sur les meilleurs distributeurs. C'est aussi lui qui m'a conseillé tel matos pour enregistrer, etc. » (Steem)

Bien que cet entourage les conseille, les artistes décident de réaliser par eux-mêmes les diverses tâches non déléguées. Certains vont s'occuper de toutes les tâches, mais dans une certaine limite. Jouer à un concert implique la participation des organisateurs, qui ont également une part de responsabilité dans l'œuvre diffusée. Pour trouver ces concerts, les artistes qui ne possèdent pas de booker, contactent par eux-mêmes les organisateurs ou se font leur réputation au bouche-à-oreille.

« Les concerts c'était du bouche-à-oreille progressivement, via des gens que je connais et qui me renseignent telles personnes. Et puis parfois des gens qui cherchent simplement sur Facebook. » (Quentin Leonetti)

« Le BandCamp c'est plutôt ma carte de visite, puis des fois il y a des gens qui achètent pour soutenir. » (Quentin Leonetti)

« Les concerts c'est toujours des gens qui nous ont vus et qui nous recontactent après, au bouche-à-oreille. On fait pas de pub, et notre Facebook n'est pas trop mis à jour, je sais pas si c'est par manque d'envie ou manque de manipulation... moi je maîtrise pas bien l'outil des réseaux sociaux. » (Triplay)

« Au début je me suis dit si j'ai un projet pro, qu'est-ce que j'aurais besoin ? Je suis parti de là, le max, puis j'ai élagué. Là tu vois qu'il y a besoin d'un manager, un gars qui coordonne tous les autres acteurs : le booker, l'éditeur, l'attaché de presse etc. L'agence de booking est vraiment indispensable, parce que là où tu défends le mieux ton projet c'est sur scène. Au début je rêvais d'une agence de booking, après j'ai tellement cherché moi-même que j'ai mon agence de booking. Je le fais pour Elysiane d'abord, puis je le fais pour plein d'autres groupes sur le côté. » (Elysiane)

« On a fait une fois ça, un concert où il y a personne. Quand je te dis personne, il y avait les trois organisateurs quoi. Ca arrive ça, mais qui a merdé dans le processus ? Là c'est l'organisateur de l'évènement qui a fait mal la com' ou il avait un endroit de merde, c'était un endroit de merde. » (Elysiane)

Au niveau artistique, tous les artistes sont entourés de personnes strictement dans le cadre de leur projet ou de leurs relations personnelles. Pour les artistes qui jouent en groupe, le groupe a plus ou moins d'influence sur la composition, qui est aux mains d'une ou deux personnes.

« Je suis pas pianiste ou percussionniste donc je pouvais pas non plus aller super loin dans le développement des idées. Et du coup il [un ami] s'est inséré à ce moment-là au projet et on a ensemble amélioré tout » (Roza)

« J'aimerais bien réenregistrer les voix avec un autre ingé son qui va être là pour me coacher. Je pense à Noé qui a l'habitude de faire ça et a pas mal d'expérience, qui pourra me coacher sur mon approche à l'enregistrement vocal, en tant qu'artiste. » (Stanmore)

« Le groupe c'est le retour principal c'est sûr, mais ça m'arrive de faire écouter l'audio à mon entourage. » (Gustave Brass Band)

« Ça a toujours été très individuel. Là où j'ai eu peu d'interactions pendant la création, j'ai plus eu tendance à envoyer des trucs avec un cercle d'autres musiciens où on s'envoie les choses qu'on fait et on réagit mutuellement. » (Quentin Leonetti)

Cet aspect du groupe et de la liberté individuelle réduite est mise en avant par Quentin Leonetti et Martin Pichault :

« Le rôle qu'on a dans un groupe est beaucoup plus limité que quand on est tout seul. Ton groupe va pas changer cinquante fois de style sur six mois. Quand t'es tout seul, t'as personne qui t'empêche quoi que ce soit. » (Quentin Leonetti)

« Dans mon projet solo je travaille seul, et ça c'est très gai parce qu'il n'y a pas de compromis. Ca m'aide de savoir que j'ai un projet solo sur le côté, c'est sain, même si peut-être qu'il ne verra jamais le jour. J'avais besoin d'un espace dans lequel je ne faisais pas de compromis et où je faisais la musique que je voulais faire moi-même. » (Gustave Brass Band)

Ils vont également passer par certaines personnes qui vont prendre en charge une certaine partie du projet, dans l'enregistrement et aspects musicaux dans lesquels ils ne sont pas spécialisés. On voit spécialisation des individus pour se rapprocher des standards de production, comme

l'enregistrement, l'arrangement et le *sound design*²⁴. Les apports de ce personnel de renfort sont généralement bien accueillis par les artistes au centre du projet.

« Globalement, tout est produit chez moi, par moi, et ça reste tel quel. Après, les personnes avec qui je bosse pour arranger mes tracks, elles apportent surtout sur les parties rythmiques, beatmaking quoi. Elles vont étoffer le beat, apporter des nuances, apporter des aérations. Un peu de sound design évidemment aussi parce que ce sont des musiciens ces gens-là, qui vont me proposer des choses que généralement je vais trouver très bien. » (Lo Bailly)

« Je me suis jamais dit que j'étais pertinent et compétent dans tout. Moi je suis claviériste à la base, donc je gère ce qui est instrumentalisation d'une musique, écrire des textes, etc. Le côté production pure, j'ai des bases mais je suis pas bon. Rencontrer des gens qui sont compétents dans le beat, la promotion, ... le packaging du projet quoi, c'était plus pertinent pour moi. Il fallait que je m'entoure. » (Lo Bailly)

« En tant qu'ingé son, je suis quand même là pour créer et offrir des solutions auxquelles les artistes auraient pas pensé. C'est ce que j'aime le plus, c'est ce côté plus producteur qu'ingé son, où tu peux limite un peu remettre en question l'arrangement en question. Ça m'est arrivé plein de fois de jouer des guitares ou des synthés pour les gens, pas juste mixer, pas juste enregistrer. Je pense que c'est pour ça que les gens viennent chez moi aussi, c'est parce que je parle un peu les deux langues. » (Groupe A)

« On va pas retourner dans le même studio qu'avant, on va payer un peu plus cher. Et on confiera le mixage et le mastering à des pointures du milieu. L'idée c'est de contacter des ingés son qui ont mixé d'autres ensembles similaires au nôtre. Comme Meute par exemple, qui ont des albums hyper bien produits, qui sonnent hyper bien. » (Gustave Brass Band)

Ces personnes avec qui les artistes vont collaborer sont généralement issues de l'entourage de l'artiste, qu'ils connaissent directement ou indirectement, dont ils ont eu écho de leur style et manière de travailler. Ils les choisissent donc sur réputation et par recommandations.

« Dans ce genre de milieu, on te demandera jamais un papier, un diplôme. A moins que tu travailles à la Rtbf, et encore. C'est un milieu de reconnaissance, de réputation tu vois. » (Groupe A)

« Moi j'ai déjà vu ce qu'il est capable de faire et j'aime bien sa touche, sa façon de travailler. Et oui il y aura un peu de lui dans la chanson. » (Stanmore)

La répartition des tâches au sein d'un groupe sont assez dynamiques et, dans le cas des personnes interviewées, le fruit d'une répartition naturelle où certains membres vont prendre le lead sur les espaces à combler.

« Avant j'avais un rôle actif en m'occupant d'à peu près tout. Ça s'est fait naturellement car je composais et arrangeais pour le groupe et j'ai pris une place de leader. En tout cas j'étais

²⁴ Technique de création utilisant des éléments sonores pour créer un effet souhaité.

identifié comme ça. Et comme c'était mes compositions, j'organisais l'enregistrement, les répêts, et je prenais une sorte de rôle de manager. Je sais pas comment ça se fait mais c'est moi aussi qui m'occupait du booking avec Laurent, je nous ai inscrit au catalogue Art et Vie pour recevoir des subventions, je rédigeais aussi la fiche technique, etc. Par la suite, je me suis progressivement retiré de l'administratif et du booking, et naturellement les rôles se sont mieux rééquilibrés. » (Gustave Brass Band)

« Ca dépend des chansons, on a six chansons et l'inspi de chacune vient de l'un ou de l'autre. On a composé ça lors d'une résidence chez le Fabio. » (Triplay)

« La répartition c'est très tacite, ça se fait un peu comme ça. En général, Louis et moi on travaillent ensemble et on se concertent sur la composition. Il a ses idées, j'ai pas les mêmes idées et souvent ça se complète bien. » (Stanmore)

Arnaud de Elysiane et Coralien mettent des mots sur le choix qu'ils ont pris au moment du questionnement de passer par des intermédiaires ou coopérateurs, au niveau artistique et production :

« Elysiane en gros c'est moi tout seul dans ma chambre au début, comme tout le monde. Puis je me rends compte que la musique c'est pas juste guitare-voix. J'ai appris un peu plein d'autres instruments parce qu'il en fallait dans les musiques tu vois. » (Elysiane)

« Le producteur il finançait l'enregistrement, le mixage et le mastering. La production quoi. Il faisait la distribution aussi, c'est pas moi qui me suis arrangé pour que l'album soit à la Fnac tu vois. Il s'occupe de tout l'aspect législatif, SABAM, ... » (Elysiane)

« Peut-être que j'y serais parvenu, parce que j'aime bien tout gérer de a à z, mais là ça m'a fait un bien fou de pouvoir déléguer et me dire que je pouvais me focus sur la musique, sur la compo, et les concerts. » (Coralien)

Il semble que la présence d'un manager est donc réellement efficace au niveau de la gestion de l'activité et du temps. Si bien, que l'ingénieur du son des Triplay a au fur et à mesure pris le rôle de manager par simplicité :

« Maintenant on lui délègue même tout ce qui paperasserie et contact avec les organisateurs, donc c'est un peu notre manager. Il nous dit les dates quand on a un concert et on valide ou en discute. Il sait ce qu'on veut, et ça permet de garantir une sécurité pour le groupe. » (Triplay)

II. Distribution et diffusion

La diffusion peut se faire de différentes manières, et nous avons pu voir que les moyens classiques employés sont les plateformes de streaming en très large majorité, la radio quand cela leur est possible, et les concerts qui est souvent une fin en soi. Nous avons cependant identifié aussi des moyens moins traditionnels par positionnement éthique ou en recherche d'alternative chez Quentin Leonetti et Steem :

« Ils avaient des évènements qu'il organisaient tous les mois avec plein de concerts et des open-mic et j'ai repris le concept en streaming sur Twitch. Et les gens ont bien répondu à ça malgré que l'effet soit vachement différent. » (Quentin Leonetti)

« Je jouais des morceaux dans la rue, dont mes compositions. Je sais que mes morceaux, vu que ce sont des instrumentales peu produites n'intéressent pas les radios, et n'a pas sa place en concert. C'est un accompagnement. La rue me permet de me créer un espace et jouer devant des gens, qui apprécient peut-être plus la forme que le fond en fait. Après je sais que ce sont bien plus les covers qui reteignent l'attention des gens. » (Steem)

On retrouve chez les trois artistes professionnels la confrontation à un cadre posé par l'industrie musicale, qui est le besoin de catégorisation de la musique. C'est un obstacle ou une caractéristique du milieu dont ils ont conscience.

« C'est justement un des obstacles à ce projet-ci, c'est qu'il n'est pas très identifiable par le monde professionnel. Le fait de pas être catégorisable c'est ça qui met des bâtons dans les roues parce que je fais de la pop mais pas vraiment pop, je chante en français mais ça ressemble pas trop à de la chanson française, j'ai des influences world mais c'est pas vraiment world... Le milieu professionnel a besoin d'un truc clairement identifiable où ils savent sur quelle radio, sur quel festival ça va passer. » (Roza)

« C'est un avantage que le spoken word soit peu courant et que ma musique ne ressemble pas à d'autres trucs, que c'est un truc bien identifiable. Ça super cool, c'est un vrai compliment. Après l'inconvénient de ça, c'est que par exemple pour des programmations en festival, 80% du temps les programmeurs vont dire que c'est pas assez rock, pas assez rap, pas assez pop, pas assez ce que tu veux. Un peu pareil pour les playlists vu que je navigue entre différents styles, et pour trouver ton public aussi. » (Lo Bailly)

« C'est Boris qui disait qu'il y avait moyen de pitcher les morceaux aux éditeurs de Spotify. Il y a d'office des gens qui vont écouter, mais si tu sors un album ils ne vont écouter qu'un morceau. Donc nous on a découpé en cinq singles avant de sortir l'album, qu'on a pitché à chaque fois un mois à l'avance. Dès le premier single on a eu des playlists éditoriales. Puis le deuxième métronome, il est resté 3-4 mois dans une énorme playlist avec 200.000 personnes qui l'écoutent, et là c'est monté en flèche. Pitcher c'est décrire le style, les instruments, etc. et eux peuvent te ranger dans des catégories. » (Coralien)

2.1. Streaming et CD

On voit qu'absolument tous les artistes interviewés diffusent leur musique via des plateformes de streaming. Aujourd'hui les distributeurs proposent systématiquement une distribution « sur toutes les plateformes », comme l'on peut régulièrement entendre. Ils passent via des distributeurs numériques, ou au moyen d'intermédiaires qui se chargent de la distribution pour eux.

« Spotify ça coulait un peu de source parce que c'est comme ça que ça se fait aujourd'hui. Tu dois d'office passer par un intermédiaires pour les mettre. C'était via le label de ma manager qui avait déjà des deals avec le distributeur. » (Roza)

« On était passé par un distributeur en ligne, qui était gratuit à l'époque je pense » (Gustave Brass Band)

« Pour mon premier EP, j'ai juste cherché le distributeur numérique le moins cher. Maintenant que je vois un peu mieux, je vais surtout chercher un distributeur qui me met dans des playlists, et fait que je suis visible. » (Steem)

Par rapport au CD, comme nous l'avons déjà vu dans la revue de littérature, le streaming rapporte très ou trop peu, comme le déplorent beaucoup d'artistes.

« Les cachets de concerts restent dans le projet. On l'utilise pour faire des clips ou..., avant je mixais pas donc on payait le mix, ça ça a pris beaucoup d'argent. Les revenus des streams ça c'est rien du tout. Ça me déplore d'aller voir ça, je me dis que c'est pas possible par rapport à tout le temps qu'on a mis là-dedans. » (Groupe A)

« Le CD c'est un peu en voie d'extinction mais malgré tout dans mes tournées à vélo, ça marche quand même assez bien parce que je joue dans des endroits un peu plus reculés où la plupart des gens ont encore un lecteur CD. Et ça reste quand même beaucoup plus rentable que le streaming. » (Roza)

Généralement, même si le streaming ne rapporte pas grand-chose, les artistes indépendants savent que c'est un passage obligé, et n'envisagent pas de ne pas en être. On retrouve chez Roza un positionnement éthique par rapport à Amazon Music, et chez Quentin Leonetti une position idéologique contre les plateformes de streaming et leur rôle sur la valorisation de la musique.

« C'est sur toutes les plateformes, après je crois que j'avais pas voulu mettre sur Amazon Music par éthique. Mais bon si j'avais voulu pousser le délire plus loin, je sais pas si j'aurais mis sur grand-chose, donc c'est pas comme si j'étais allée très loin dans l'anti-système. » (Roza)

« Je suis pas sur les plateformes de streaming, ça c'est un choix. Combien de streams il me faut pour compenser l'achat d'un album... c'est hallucinant, c'est tragique. C'est un positionnement éthique en fait. En fait c'est est-ce que la musique enregistrée doit être par défaut gratuite ? Avec ça pour le public, la musique devient quelque chose qui ne vaut plus rien. » (Quentin Leonetti)

2.2. Radio

Il semblerait que tous les artistes souhaiteraient passer en radio, de sorte à être simplement diffusés, mais que beaucoup y ont renoncé à cause des standards radiophoniques avec lesquels ils ne cadrent pas. Tandis que Triplay avait des contacts directs avec une radio locale, leur permettant d'y être diffusés durant deux mois, Gustave Brass Band n'a aucune idée de la démarche pour être diffusé via ce média. De nouveau, il semble que leur démarche est freinée en amont par leur appréhension des standards radiophoniques.

« Pour passer en radio, c'est le Fabio qui avait des contacts avec la radio métropole et c'est des copains qui venaient manger chez lui. Je lui ai transféré les six morceaux pour avoir son avis, et il nous a fait passer en radio pendant les vacances à la radio. » (Triplay)

« Pour ce qui est radio, on a aucun contact dans le milieu. On est déjà passé une fois à la chronique d'un pote au soir, mais à part dans ce genre d'émission de niche j'ai l'impression que ce monde de la radio est très fermé et exclusif. Et que en Belgique il y a pas assez de lois pour imposer des quotas de groupes locaux. En Allemagne, au Luxembourg ou en Suisse, ils sont bien en avance sur la Belgique à ce niveau-là. » (Gustave Brass Band)

C'est grâce à l'implication d'un attaché de presse que Roza et Coralien se sont vus diffusés sur les ondes. Dans le même temps, Lo Bailly n'y est pas parvenu malgré son entourage professionnel.

« Il y a la radio, ça c'est via l'attaché de presse. Là-dessus il y a des droits d'auteur. » (Roza)

« J'ai pas de morceau qui est playlisté en radio. La musique que je fais ne s'y prête pas. » (Lo Bailly)

2.3. Concerts

Comme nous l'avons déjà dit, la plupart des artistes interviewés souhaitent jouer sur scène. Cependant il est dur pour eux d'être bookés ; constat partagé par plusieurs de nos intervenants.

« Peu de groupes jouent déjà en live alors que c'est un peu le nerf de la guerre pour les groupes émergents. Quand je vois que même le booking devient de plus en plus compliqué pour la scène

émergente et indépendante, je me dis que c'est chaud de vivre de ça. Genre on est passé par une agence de booking et a su avoir que 2-3 dates. » (Groupe A)

« Il y a plus de place pour les artistes indé, zéro. Plus personne leur fait confiance là où il y a 20-30 ans, t'avais toujours un gars un peu timbré qui essayait. C'est un risque que les gens sont plus prêts à prendre. Tu regardes sur le net les agences de booking, ils s'occupent que des groupes de cover et quelques groupes de compos. Ca ramène les gens, les gens aiment bien. » (Elysiane)

Les Triplay et Simon Van Mullem de Stanmore appuient ce constat, qui rejoint l'expérience de Steem dans la rue dont le contexte est fort différent :

« L'inconvénient dans beaucoup de groupes, c'est que c'est toujours le même style. Ca change un peu mais t'as l'impression qu'ils font tout le temps la même chose. J'aime tous les styles de musique mais j'ai pas envie d'entendre ça pendant des heures. » (Triplay)

« Les groupes de cover, ils kiffent tout de suite et ils savent chanter avec toi, alors que les groupes de compos c'est la réception des gens et quand ils connaissent pas, ils chantent pas avec toi. Pour amener de l'ambiance, on y arrive plus avec les covers. Les compos c'est le partage de nos émotions, et on kiffe avoir cet échange avec le public. » (Triplay)

« Maintenant ce qui marche ce sont les groupes de cover. L'orga sait que ça va plaire, et suffit de regarder le matos de dingue qu'ils ont pour savoir qu'ils font beaucoup de concerts, et bien payés. » (Stanmore)

Plusieurs groupes tels que Elysiane, Groupe A et Groupe B ont organisé eux-mêmes des *release party* ; concerts marquant la sortie de leur album. Cependant, ceux-ci rassemblent principalement leur entourage proche et ne permet donc pas une diffusion plus large. Comme Quentin Leonetti nous l'a dit, Internet permet de proposer des nouveaux formats de concerts, très différents d'un concert classique au niveau de l'atmosphère, mais permet tout de même aux artistes de ces sphères de connecter ensemble.

« Tous les gens qui habitent à la campagne, ou loin, mais qui veulent partager leur musique peuvent se connecter avec les autres aux concerts en ligne. » (Quentin Leonetti)

2.4. Promotion

Quand de la promotion a été faite, c'est systématiquement les artistes qui s'en sont chargé, via leurs réseaux sociaux. Bien que cette tâche non artistique déplaie généralement aux artistes, Lo Bailly considère ça important que ce soit lui-même qui le fasse :

« J'essaie de publier souvent sur ma page, et le label a besoin de savoir que tu t'impliques. Aujourd'hui on considère, même si ça me saoule un peu de penser comme ça et que je trouve ça un petit peu triste, qu'il faut absolument passer par les réseaux sociaux. C'est moi qui m'occupe de ça, et c'est important parce que sinon ça pue le fake. J'essaye de le faire parce qu'il faut. »
(Lo Bailly)

Pour certains, la promotion est un moyen de toucher une plus large audience, tandis que pour les autres il s'agit principalement d'une carte de visite et d'un moyen de découverte.

« J'ai une vidéo sur Insta qui a fait plus de deux millions de vues et je l'ai senti dans les streams, là ça a grimpé en flèche. Beh en fait c'est là où je suis passé de 8.000 abonnés à quasi 100.000 quoi. Ça vaut la peine de faire tout ça mais il y a aussi ce côté un peu malsain où finalement il y avait des semaines où je passais plus de temps à faire du montage vidéo et de la promo qu'à faire de la musique. Mais bon, c'est un package à prendre quoi, ça fait partie du métier. »
(Coralien)

« Pour la sortie de l'album, on a pris un attaché presse pour avoir des journaux en plus, un peu de presse. C'est un métier important mais à nouveau ça coûte cher donc on le fait pas à chaque fois, à on l'a fait parce que c'était la sortie d'un album. Quand t'es indépendant, c'est toi qui dois le sortir de ton portefeuille, et à un moment il est vide parce que ça se remplit pas plus que ça. »
(Coralien)

« Je crois qu'on a jamais rêvé d'avoir le moindre succès, et quand on fait des grosses scènes comme là à La Semo, c'est une expérience hors du commun. C'est sûr que YouTube c'est juste un moyen d'avoir plus de concerts, et que les gens qui nous ont vu se rappellent du concert. »
(Gustave Brass Band)

Beaucoup des artistes interviewés considèrent leur communication et promotion insuffisante. La promotion, via les réseaux sociaux, est centrale pour les artistes, et est souvent proportionnelle au degré d'implication dans le projet. Par exemple, Groupe B qui s'implique actuellement beaucoup dans leur projet, propose une promotion régulière via les réseaux sociaux, mais payent également des influenceurs pour toucher de plus en plus de public, au sein de leur genre musical. Quentin Leonetti appuie ce propos :

« Une partie c'est des pubs pour de la musique. Du coup c'est pervers, c'est les autres musiciens qui payent les pubs pour que des gens écoutent de la musique pour laquelle ils ne sont pas prêts à payer. »
(Quentin Leonetti)

III. Accessibilité

Nous allons ici traiter des retours que nous avons reçus concernant l'accessibilité des outils. Les technologies, home studios, et Internet permettent a priori aux artistes indépendants de pouvoir gérer l'entièreté du processus de production.

« Je finance ça via le job et via les cours. Après un certain cap, pour ma part en tout cas, il n'y a plus grand-chose à financer. Une guitare, une carte son, un ordinateur et deux-trois petits trucs autour, t'as pas besoin d'acheter une infinité de matériel. Après c'est savoir s'en servir. » (Quentin Leonetti)

« Tout le monde peut faire de la musique avec un pc et une carte son, c'est totalement vrai. Faut se chauffer, faut apprendre, mais c'est totalement vrai et à terme tu peux avoir un rendu pro. Il y a des logiciels avec des programmations MIDI qui sont hyper convaincantes, surtout dans tout ce qui est rap, hip-hop, pop, tu vas déjà pouvoir aller très loin. Et dans ma génération d'ingés son, on est tous plus ou moins d'accord là-dessus. Tu vas devoir apprendre les skills, passer du temps à essayer, à chercher, à trouver... , mais c'est faisable quoi. Internet, YouTube, je passe des journées à regarder des types qui m'expliquent comment faire un EQ²⁵. Les ressources sont infinies. » (Stanmore)

D'ailleurs, Coralien enregistre toutes ses pistes de son côté, tandis que Steem s'occupe de l'enregistrement, mixage et mastering entièrement :

« J'ai tiré mes maquettes le plus loin possible avant de les envoyer à l'ingé son. J'ai tout enregistré moi-même entre des matelas, en mode vraiment indé quoi. » (Coralien)

« J'ai tout enregistré moi-même en branchant ma guitare dans ma carte son, en mixant le tout via Logic Pro X, qui est assez simple à prendre en main. C'était une version crackée. Pour le mastering, j'ai trouvé un site qui fait ça gratuitement et qui améliorait pas trop mal mon son. C'était pas parfait mais ça me satisfaisait pour l'heure. » (Steem)

Tandis que ces témoignages expriment qu'il est totalement possible de tout faire soi-même, les membres interviewés du Groupe A, Groupe B et Stanmore étant ingénieurs du son, nuancent cet accès :

« Même si maintenant tu peux tout faire de chez toi, on pas tous la même exigence de qualité de production, l'accès aux outils. » (Groupe B)

« L'autoproduction pour moi c'est un luxe d'avoir le matos et des compétences pour pouvoir le faire, parce que je pense qu'il y a plein de groupes qui aimeraient le faire mais n'y arrive pas,

²⁵ Égaliseur. Permet de retoucher les fréquences d'une piste sonore.

que ce soit par soucis de matos, de thunes, ou de pas savoir comment. Alors que nous on est trois ingés son dans le groupe, on sait comment on voudrait faire les choses. C'est plus compliqué que juste faire du son. » (Groupe A)

« Pour l'instant on considère qu'on ne fait que des démos. Mais on va clairement passer par d'autres gens. On a contacté un type qui est excellent en prod, arrangements, etc. pour avoir sa touch incroyable. Après ces démos, on va les envoyer directement au mixeur parce qu'elles seront bonnes. Je me sens pas de mixer mes propres chansons car j'aurai pas assez de recul et d'objectivité. » (Stanmore)

Les standards de production diffèrent en fonction de la formation des artistes, ainsi que des objectifs en vue. Nous avons pu comprendre que les enregistrements font partie du plaisir que les artistes prennent dans leur activité, dans la volonté de développer leurs propres compétences musicales et techniques. Cela est moins valable dans le cas des artistes professionnels ou qui y tendent, préférant le support d'autres personnes dans ce processus.

« On a été chez l'ingé son, il avait des banques de son trop bien donc il a pu embellir tout ce que j'avais fait. On a pas changé les structures, mais on au niveau sound design ça sonnait dix fois mieux. Toutes les pistes qu'on entend à la radio, ce sont les pistes enregistrées chez moi entre des matelas. Comme artiste indé il faut un peu casser ce mythe du studio. Et j'aime surtout maîtriser jusqu'au bout la direction artistique et j'aimerais avec les années suivre des formations pour maîtriser un peu plus loin, et à moment peut-être juste déléguer le mastering. » (Coralien)

« Au début t'investis beaucoup. Le studio, même si je tire mes maquettes le plus loin possible, ça reste quand même un prix quand tu travailles avec des pros et atteindre les standards radio. Parce que quand un artiste indé professionnel sort un son, il rivalise directement avec les grosses maisons de disques, et donc il faut que ça soit irréprochable et que ce soit exactement au même niveau. C'est difficile d'être artiste indé parce que tu dois constamment trouver des astuces pour pas payer plein pot. » (Coralien)

Finalement, qu'il s'agisse des artistes eux-mêmes ou d'intermédiaires qui enregistrent et s'occupent du traitement sonore, des chemins d'accès à ces étapes existent et ils s'y adaptent ou en trouvent d'autres.

« Je voulais quand même sortir mes trucs et j'aime bien aussi que là je possède tous les droits de ma musique, et je me sens assez libre. J'aurais pu être dans un label, c'est pas un choix pleinement défini mais les deux ont leurs avantages et inconvénients. » (Roza)

« Depuis 5-6 ans, c'est très facile d'enregistrer en multipiste pour nos lives. Là on a une petite console numérique à dix-huit entrées qu'on relie à un ordinateur, et c'est parti. Ça et les micros, c'est du matos pas trop onéreux. On l'a acquis avec un autre groupe dans lequel je jouais. » (Gustave Brass Band)

IV. Ressources

Dans ce point, nous allons développer les différentes ressources qui interviennent dans l'activité des artistes indépendants. Nous allons ainsi aborder les connaissances et compétences, la question du temps, du financement, des ressources humaines et matérielles.

4.1. Connaissances

Ce point se rapporte majoritairement à la question de l'accessibilité développée dans le point précédent. Cependant, nous souhaitons mettre en avant que les compétences et connaissances qu'ont les artistes influencent forcément leur manière de procéder. Nous ne développerons pas de nouveau les questions de compétences concernant les techniques d'enregistrement et de production, mais notons bien leur impact dans les décisions que prennent les artistes.

« Tu mets moins de temps à refaire tout ce cycle, de l'idée à la scène et à l'album à la Fnac. Avant ce cycle il me prenait 3 ans, parce que tu sais rien, tu sais pas comment ça marche. Là maintenant si j'ai une idée et que je veux qu'elle sorte, je vois le chemin à prendre et ça me laisse beaucoup plus de temps pour autre chose, genre faire de la musique. Là ça me prend 6 mois. » (Elysiane)

Les compétences vocales et instrumentales ainsi que d'écriture d'un artiste sont en corrélations directe avec sa manière de travailler.

« Nous vu qu'on ne sait pas chanter en anglais et que moi je connais pas du tout l'anglais, on voulait plus faire des chansons en français. On est limité par la langue en fait, c'est plus ça en fait ». (Triplay)

« J'utilise tout d'abord ma guitare parce que c'est l'instrument que je maîtrise le mieux. Puis juste avec une guitare, tu peux déjà trouver beaucoup de sons juste en jouant différemment, en utilisant des slides, une baguette de batterie que tu frottes sur les cordes, etc. pour avoir des sons plus expérimentaux. » (Quentin Leonetti)

De plus, lorsque ces artistes souhaitent se former, certains décident de se former via des cours traditionnels ou via Internet, qui procure un accès presque illimité à des ressources pour se former. Par exemple, Quentin Leonetti propose lui-même des tutoriels sur sa chaîne YouTube. Steem par exemple se forme de différentes manières.

« Sur mon YouTube j'ai deux-trois morceaux et j'ai des vidéos tutoriels que j'avais fait à un moment. » (Quentin Leonetti)

« J'ai pris des cours de chant avec un prof parce que j'avais trouvé un bon plan. Et niveau guitare, il y a des milliers de tutos pour tout ce que tu veux, gratuits. Avant de devoir passer à des formules payantes, tu dois être déjà bien loin. » (Steem)

Simon Van Mullem, en plus de sa formation d'ingénieur du son, nous a partagé qu'il passait énormément d'heures à regarder des tutoriels pour améliorer sa pratique d'enregistrement.

4.2. Temps

Comme l'ingénieur du son de Stanmore nous l'a confié plus tôt, il est possible de tout faire tout seul, mais ça prend beaucoup de temps. Le temps est souvent un facteur limitant chez les individus interviewés, et principalement pour les personnes qui souhaitent être professionnels :

« J'ai arrêté mes études pour pouvoir avoir tout mon temps pour mes projets. » (Roza)

« J'ai vraiment envie d'en vivre. J'ai arrêté l'enseignement pour faire musique à 100% et atteindre le saint graal statut d'artiste. Il faut avoir un certain quota de prestations pour l'avoir et ça reste costaud pour l'avoir. Tous les artistes peuvent pas le faire, c'est parce que moi je commençais à avoir des cachets quand même conséquents. C'est pas vraiment clair, on est allé voir un avocat spécialisé là-dedans pour être sûr de pas faire de conneries. » (Coralien)

« Si je devais vivre que de mes cachets, je te répondrais pas depuis un appartement en fait. Non mais jusque 2021 j'avais un temps-plein dans une association culturelle depuis plusieurs années. Puis quand j'ai préparé mon album, je me suis dit 'ok il faut y aller on donne tout' et je suis parti. Avec le temps j'ai pu avoir le statut d'artiste. » (Lo Bailly)

« On est dix, on a tous un taf sur le côté, on habite pas dans la même ville, etc. Donc on avance lentement. On y [au niveau professionnel] serait déjà si on avait la chance de pouvoir se consacrer entièrement à la musique. » (Gustave Brass Band)

Cela s'applique également aux artistes qui souhaiteraient également se donner à 100% dans la musique, mais qui ne disposent pas forcément des ressources suffisantes pour ne pas avoir de travail secondaire.

« Il y a la partie studio à Eghezée, les groupes dans lesquels je suis, les cours que je donne à Havelange, ma formation de guitare à Gand. Et du coup je suis ici pour être plus ou moins au milieu de tout. Cette année elle un peu vénère ouais. » (Groupe A)

« Il y a une partie de moi qui se dit que ce serait vraiment bien d'avoir un diplôme pour pouvoir enseigner en académie. Je peux être assez vite nommé, et avoir accès à une sécurité en fait. Mon but c'est de pouvoir combiner pour avoir un truc safe et ne jamais être en galère. » (Groupe A)

« Quand j'ai commencé, j'ai donné beaucoup de cours particuliers et puis j'ai eu droit aux allocations d'insertion que j'ai encore pour un an. Je fais un peu un mix de tout et au final je m'en sors à peu près, mais au début ouais il y avait des trous financiers. » (Roza)

4.3. Financement

Le financement de l'activité des artistes indépendants provient de plusieurs sources, selon les pratiques des personnes interviewées : économies personnelles, subsides et aides financières, crowdfunding, concours, merchandising. Dans le cas de Lo Bailly et Elysiane, le financement provient majoritairement de leur label. Souvent, comme l'illustre Gustave Brass Band, le financement provient des cachets de concerts, pour les groupes dans la mesure où ils arrivent à monter sur scène.

« Pour financer mon projet, c'est le label quand même qui met des sous pour travailler avec des arrangeurs etc. En fait faut savoir ce qu'il y a à financer. Moi je fais de l'autoprod chez moi donc ça me coûte rien, si ce n'est du temps. Et oui le matos que j'ai acheté au fur et à mesure des années » (Lo Bailly)

« Vu qu'on est dix, on est mal rémunéré et c'est difficile de prétendre à un plus gros cachet. On se verse à chacun un petit montant, et le reste va dans le projet. Puis si on veut financer un plus gros truc comme le studio, là ça nous arrive de geler plusieurs cachet. » (Gustave Brass Band)

Il existe différents subsides et concours en Belgique que nos intervenants nous ont renseignés tels que Art et Vie, Le F dans le texte, Court-circuit, Imagine et les subventions de la Sabam. Cependant, selon le chanteur du Groupe B,

« Pour les subsides, quand t'es artiste il y a toujours moyen de choper de l'argent de l'État, mais de ce que j'en vois de mon entourage artistique, c'est que l'accès aux subsides il est super flou, super mal renseigné, pas garanti et pas évident. Alors que dès que c'est des gens qui s'y connaissent un peu plus avec des plus gros artistes, là l'argent a tendance à pleuvoir plus facilement. » (Groupe B)

Les ressources financières sont généralement précieuses, et peuvent revêtir un caractère limitant dans leur activités. Cela dépend également de la quantité d'intermédiaires dont s'entourent les artistes.

« Quand tu regardes toutes les dépenses qu'il y a derrière, quand t'es un petit artiste et que tu veux faire les choses bien, c'est vraiment pas rentable, vraiment pas du tout. Pour te donner une petite idée, une première partie au Bota, tout le monde connaît c'est cool, le cachet c'est 300 balles, c'est pas beaucoup. Si t'essayes de faire une tournée, si tu gagnes 600 euros par concert, tu es d'office largement en perte. » (Groupe B)

« Au tout début j'étais limité, parce que tu touches rien et tu dois payer pour plein de trucs. Un album comme Time To Hope c'est 8000 euros, juste pour l'avoir en main. Après faut faire la promo, faut le distribuer, ... Au début c'est compliqué, mais maintenant mon parcours fait que je suis ingé son et que je fais de la production. Avant pour produire un album ça me coûtait 8000 balles, maintenant ça me coûte 8000 heures. Faut investir dans l'IAD du coup, pour ne pas dépendre d'autres personnes. » (Elysiane)

« Moi je me paye pas pour la plupart des dates. Mais je me rends bien compte que tout ce qu'on fait là, moi ça va me revenir d'une manière ou d'une autre, que les musiciens ou ingé son n'ont pas. C'est de l'investissement pour un projet personnel où c'est pas très grave de ne pas compter mes heures. » (Roza)

« On peut mettre un peu de côté avec certaines dates, mais par exemple à Esperanzah ! on va demander à quelqu'un de venir faire des vidéos, et voilà en fait ça repart vite. » (Roza)

Le montant des cachets peut être limitant au niveau de la possibilité de faire des prestations sans pertes, que les artistes sont parfois prêts à faire sous forme d'investissement en notoriété. Ils peuvent aussi être limitant pour la prestation en elle-même, ne permettant pas aux artistes de réaliser leur show comme ils le souhaiteraient idéalement.

« Le gros cachet qu'on demande nous limite forcément pour les concerts, parce que toutes les orgas ne peuvent pas se le permettre. » (Gustave Brass Band)

« Chaque musicien, on le paye 250 euros peu importe le cachet. Mais du coup on va être moins pour les plus petites dates. » (Roza)

« Un cachet normal c'est 400 euros bruts par musicien pour s'y retrouver financièrement, et par rapport à tout l'investissement. En gros, on demande deux fois moins parce que il y a pas assez d'argent dans la culture, et notre type de groupe n'est pas assez rentable et les gens ne se déplacent pas suffisamment pour nous. Il y a un gros clivage entre les petits artistes et les têtes d'affiche. » (Gustave Brass Band)

Coralien et Groupe B nous renseignent sur la manière dont ils adaptent leurs prestations pour pouvoir rentrer dans leurs frais.

« On est deux sur scène, on fait beaucoup de live looping. On aimerait bien rajouter un batteur par la suite. Celui qui m'accompagne fait plein de trucs différents comme moi, il fait les pads, la basse ou le synthé, il a une guitare. Dans un premier temps, c'était plus rentable de faire ça, mais évidemment si le projet prend à fond j'aimerais qu'on soit cinq ou six. Ce serait génial mais voilà faut que ce soit rentable. » (Coralien)

« Dans le live il n'y a plus beaucoup de budget, c'est pour ça que les artistes jouent avec des bandes²⁶. Maintenant, t'as des groupes qui pètent sur scène, où ils sont deux avec un ordinateur. Et ça sonne comme si il y avait 10 personnes sur scène, mais l'ordinateur tu l'achètes qu'une fois. » (Groupe B)

4.4. Humaines

L'implication de personnel de renfort a diverses conséquences sur la pratique des artistes, tout comme l'activité musicale en groupe. Les participants à une œuvre doivent se mettre d'accord sur leur travail et s'organiser dans leur collaboration. La première étape consiste au recrutement de ce personnel :

« On a trouvé une violoniste pour remplacer le Cédric, on va adapter notre set et il va lui faire des partitions. C'est via facebook, on sollicité un ou une violoniste et son nom nous est revenu. Et puis c'est la fille d'un luthier qui répare les violons et qui joue dans Les Straps, un autre, et puis tu vois on se connaît un peu tous. » (Triplay)

« Boris je le connais via Raph de Konoba, que j'ai rencontré ici-même aux jams, où il gérât la progra et jam. Je suis tellement venu souvent qu'on a appris à se connaître. Déjà à l'époque, je me disais que j'aimerais bien un manager comme ça, parce que j'aimais bien sa dynamique de travail, il était très pro. » (Coralien)

« J'ai mis une story sur insta en disant 't'es musicien, viens on va jouer ensemble' et je disais les profils que je cherchais. Je cherchais les profils les plus complets possibles, un peu touche-à-tout. » (Lo Bailly)

« J'ai pris le listing des labels, et ai regardé sur tous leurs sites internet. Puis tu vois vite lesquels ont l'air plus ou moins professionnels, et puis je regardais leur catalogue d'artiste pour voir quel label peut correspondre à mon projet. » (Lo Bailly)

De manière générale, nous avons retrouvé une disposition à laisser le personnel de renfort artistique pénétrer l'œuvre des artistes et à amener leurs idées et influences, modifiant par conséquent l'œuvre.

« Il faut choisir des musiciens qui collent avec ce que tu fais, et aiment ce que tu fais, et ça se fait pas du jour au lendemain. Quand tu fais appel à des musiciens pour le live, je pars du principe qu'ils doivent pouvoir prendre la place qu'ils ont besoin de prendre, qu'ils puissent apporter des propositions. Ça n'a pas d'intérêt que je leur demande jouer pile poil la même chose que ce qu'il y a dans mon album. C'est ni amusant pour moi, ni pour eux, ni pour le public quelque part. » (Lo Bailly)

²⁶ Pistes sonores enregistrées jouées à partir d'un ordinateur durant une prestation.

« Si le batteur fait pas exactement la même chose que ce qui est fait en studio c'est pas grave, c'est vraiment important que sur scène ce soit pas la même chose. Après si il est là, c'est qu'il y a eu un processus de sélection où tu voyais qu'il avait le niveau pour. » (Elysiane)

Bien que généralement moins estimé, le travail d'un ingénieur du son amène beaucoup d'éléments dans la réalisation de morceaux, et c'est plutôt une compréhension des conventions musicales en vigueur qui constitue le terrain d'entente entre lui et l'artiste.

Gustave Brass Band, avec sa composition de dix musiciens, nous a fourni des informations très intéressantes concernant la dynamique organisationnelle d'un large groupe, du point de vue du compositeur principal Martin Pichault. Cela permet de rendre compte du grand nombre de personnes collaborant dans un morceau, à la différence que le rapport à la centralité du projet a tendance à hiérarchiser le pouvoir décisionnel.

Premièrement, ils doivent réaliser des morceaux qui s'adaptent aux aptitudes de chacun des membres du groupes pour que ceux-ci soient bien interprétés :

« Il faut faire avec les contraintes de chacun, on est pas des virtuoses, on a nos limitations techniques et au niveau du rythme par exemple. L'enjeu c'est de créer des compositions qui dégomment mais qui ne sont pas trop compliquées pour qu'on puisse bien les jouer en toutes circonstances. » (Gustave Brass Band)

Ensuite, ils doivent s'adapter aux méthodes de travail de chacun des instrumentistes :

« Chaque musicien est différent. Certains préfèrent apprendre d'oreille et d'autres préfèrent lire des partitions et faire l'effort de mémorisation par la suite. C'est sûr que les partitions ça aide beaucoup, donc je rédige les partitions de chaque musiciens et sur base de ça on essaye de jouer. Puis parfois il y a des arrangements à faire en termes de structure et quand on voit si ça marche ou pas. » (Gustave Brass Band)

De plus, il juge qu'il est nécessaire qu'un nombre restreint de personnes prennent le lead au niveau de la composition car il est trop compliqué d'essayer de faire cela avec l'ensemble du groupe. Cependant, le consensus des membres du groupe peut être difficile à vivre pour certains membres qui n'ont pas la même vision du projet.

« Quand je propose une composition au groupe, c'est le fruit de beaucoup de travail. Quand je montre quelque chose, c'est que quelque chose que je juge de bien dosé, abouti. Quand on commence à discuter et se dire qu'on devrait jouer ça autrement, c'est dur pour d'accepter de changer mon intention. On est maintenant dans une zone de flou : par le passé, j'avais le dernier

mot en tant que compositeur, et maintenant il y a une sorte de regain de volonté des autres à participer à la finalisation de l'arrangement. Et ça je dois le savoir à l'avance, car je ne vais pas venir avec idées aussi abouties. Derrière chaque note, derrière chaque durée de note, de chaque musicien, je me suis demandé si c'était ça le mieux. » (Gustave Brass Band)

« On ne joue pas toujours ce qu'on aimerait et le projet ne ressemble pas toujours à ce à quoi on aimerait qu'il ressemble. Il faut accepter ça, c'est inhérent à tout projet de groupe, qu'il ne prenne pas la direction que je juge pas idéale. Chaque musicien a son idée de ce que le groupe devrait être, et je ne parle pas que musicalement mais aussi des dynamiques organisationnelles etc. On a trouvé un terrain d'entente. » (Gustave Brass Band)

Les collaborations impliquent également des relations humaines importantes. Nous avons généralement retrouvé de la valeur accordée aux relations entre les artistes et leur entourage musical. Cette valeur peut donc avoir de l'impact dans la pérennité des activités artistiques.

« Il faut que toutes les personnes soient motivées et qu'elles veuillent aller dans la même direction. Si tout le monde est démotivé, et qu'en plus on galère à trouver des dates, c'est dur. Là quand je leur disais qu'on allait jouer, ils râlaient qu'on joue encore les mêmes morceaux. C'était super démotivant et triste d'entendre des potes dire ça. » (Elysiane)

Steem et Roza nous informent sur la manière dont ils appréhendent les questions financières au sein de leurs relations humaines et amicales.

« Vu que je n'ai pas de formation et peu d'expérience dans le son, j'ai souvent envie qu'un ami à moi repasse dessus parce qu'il est plus fort là-dedans. J'ose pas trop car j'ai peur qu'il attende que je le paye alors que j'ai pas d'argent, ou qu'il se sente obligé dans le cas où je lui dis ça. » (Steem)

« C'est pas facile ces questions-là, parce que je sais pas si il y en a un qui demande d'être payé plus, beh tu peux le payer plus mais si tu payes pas tout le monde plus, ça crée des inégalités. Je pense que personne n'a été bénévole dans Roza. Oui il y avait Adrien mon batteur qui était avec moi avant d'être vraiment professionnelle, et justement après quelques années je me suis rendu compte que j'avais une sorte de dette implicite, de redevabilité. C'est pas facile à gérer quand quelqu'un s'investit dans ton projet bénévolement : c'est pas clair ce que tu dois lui rendre, puis si ça se passe pas bien avec lui tu te sens vite cadencée à son investissement. Je trouve que l'argent permet de rendre les rapports sociaux plus sains, il n'y a pas de dette émotionnelle. » (Roza)

Pour finir, des contraintes organisationnelles et géographiques s'appliquent. Alors que les projets en solo ne demandent aucun consensus, la coopération peut impliquer de l'instabilité et des freins à l'avancement de projets.

« Pour moi c'est beaucoup plus pratique de faire ça seul. Il y a moins de contraintes organisationnelles, moins de contraintes sociales. Si dans quelques années j'avais l'espace de pouvoir rebosser avec d'autres gens, je serais très content. » (Quentin Leonetti)

« Changer d'instrumentiste c'est très chiant. C'est un autre apprentissage, tu sais plus trop comment ça peut marcher. Ça prend des mois à travailler avec la personne pour qu'elle apprenne les morceaux. Maintenant si je dois changer, il y a toutes des partitions qui sont dans un coin, que j'ai mis des heures à faire. » (Elysiane)

« Vu qu'on a changé de batteur en cours d'été, on va devoir faire une résidence avec lui pour refaire les bandes sons. Et puis là on sera bien calé ». (Triplay)

Encore, Roza expose une contrainte géographique plus conséquente :

« J'ai une équipe en Belgique, mais j'ai pas d'équipe en France, et donc quand je fais des dates en France, je joue plus souvent seule. » (Roza)

4.5. Matériel

Comme nous l'avons vu, le matériel semble rarement être un facteur limitant dans la mesure où un ordinateur et une carte son permettent déjà énormément de choses. De plus, dans le cas de collaborations avec d'autres musiciens, il est d'usage que ce soient eux qui amènent leur propre matériel.

« Je me sens de moins en moins limité par le matériel, et je me rends compte qu'on trouve beaucoup de solutions assez vite. Après on hésite pas à investir aussi dans ce qu'il nous faut, mais bon ça nous fait kiffer. Si on bloque, c'est plutôt notre propre investissement de temps, d'énergie, ... » (Stanmore)

« J'ai très peu de matos en fait. Ma voix c'est gratuit et mon n'goni²⁷ c'est un instrument qui coûte pas si cher, genre 350 euros, et puis j'ai un looper qui m'a coûté 400 euros, que j'ai acheté en seconde main. Je reste avec ça sur le long terme. Et le reste du matos c'est à mes musiciens. » (Roza)

Cependant Steem propose un point de vue qui croise matériel et standards de production :

« J'ai l'impression qu'il me faut toujours plus de matos. J'ai déjà investi pas mal de thunes dans des instruments de bonne qualité. J'ai plusieurs guitares parce qu'elles ont chacun leur truc dans le son, acoustique, électriques avec des bois différents, des densités différentes, des micros particuliers. J'ai une semi-hollow et je sais que je ne vais pas pouvoir faire tout ce que je veux avec. Il y a énormément d'identité dans ton son, et je passe des heures à chipoter aux réglages de mon ampli et de mes pédales, à acheter des nouvelles pédales pour trouver ce que je veux et

²⁷ Instrument à cordes typique du Mali.

ce que je suis en termes de son. Puis aussi niveau promotion, je vois que beaucoup passe par les réseaux sociaux, et ce qui est bien c'est d'avoir un bon micro, des bonnes lumières et une bonne caméra. Ou même j'aimerais m'enregistrer en live pour faire de la promo, et là j'aurais besoin de bons micro-cravates et d'un micro zoom²⁸. Il y a toujours des trucs. » (Steem)

Le matériel de sonorisation est généralement à la charge des organisateurs. Dans le milieu musical, on voit habituellement l'organisation de l'évènement demander une fiche technique aux artistes afin qu'ils se préparent à sonoriser correctement la prestation. Cependant, les conditions que demandent les artistes ne peuvent pas toujours être remplies, faute de moyens financiers, matériels ou organisationnels. Les Triplay voulant s'assurer de jouer dans certaines conditions ou simplement de jouer, ont investi dans du matériel de sonorisation.

« On a des in-ears, des retours, une table de mix, des enceintes et des tablettes pour gérer nos retours. Il va nous falloir un macbook pro pour lancer les bandes et une carte son pour le clavier midi qu'on rajoute, et les samples et tout le bazar. Au cas où t'as un truc qui pète beh on a toujours des solutions. » (Triplay)

On observe une place prépondérante des ordinateurs dans les prestations ainsi que dans le processus de composition. Les DAWs permettent aux artistes de travailler sur leurs projets avec beaucoup de possibilités, et de manière relativement abordable.

« On a cette façon de composer où dès qu'on a des idées, on les enregistre dans un logiciel et on y touche, on cherche des sons, etc. C'est directement beaucoup dans de la production en même temps que la composition. » (Stanmore)

« On a acheté des logiciels de simulation d'ampli, qui nous permettent de bidouiller notre son comme on veut, beaucoup plus facilement. C'est aussi une solution beaucoup plus économique, on va pas se mentir, et plus flexible. Avec tout ça, le champ des possibles est vraiment immense. » (Stanmore)

« J'encode tout dans un logiciel avec des instruments virtuels et ça me permet de me faire une idée de comment ça sonne. Ça me permet de me rendre compte si mon idée est bonne, et regarder ce qui se passe si je mets une note un peu plus aiguë ou si je change un peu le rythme. Ça me permet de composer sans les facultés que les grands compositeurs de classiques avaient. Après je peux exporter un fichier audio et le faire écouter au groupe, et avoir leurs réactions. » (Gustave Brass Band)

« Moi j'encode juste le rythme et la hauteur des notes et le logiciel me les sort en audio. Donc si je me suis trompé je la monte ou je la descends d'un demi-ton ou d'un ton quoi. Et vu qu'il

²⁸ Marque de référence d'enregistreurs portables.

faut transposer, vu que ce sont des instruments transposables qui ne sont pas en tonalité de concert, le logiciel gère ça de manière automatique. » (Gustave Brass Band)

Alors que l'on observe plutôt une démarche exploratoire des artistes dans les logiciels d'enregistrement où ils recherchent ce qui leur plaît en termes de sons et d'effets parmi les possibilités qu'offrent ces DAWs, Quentin Leonetti et Groupe A ont des démarches plus originales :

« Avec le temps je suis allé plus vers l'ambient expérimental, avec un ordinateur et une guitare comme setup principal. Et j'utilise des logiciels que en partie je programme moi-même pour manipuler les sons de guitare, ce qui fait que t'as pas l'impression d'entendre une guitare dans ce que je joue. En fait ça me permet d'avoir une réflexion beaucoup plus spécifique plutôt que de me dire 'ok je vais utiliser tel plug-in' pour faire ça. »

« Je passe un temps beaucoup trop long à chipoter aux micros que j'ai, à les mettre à des endroits différents, à refaire passer mes sons dans des vieux amplis que je fais saturer Après je vois ce que ça donne. » (Groupe A)

Quentin Leonetti compare également les interactions avec un ordinateur :

« L'interaction entre toi et ta machine est très différente que quand tu joues avec des gens. Si je lui demande de faire ça, comment elle réagit, comment je change ma manière de jouer... » (Quentin Leonetti)

Finalement, une question pratique intervient dans le choix du matériel que les artistes emploient.

« A un moment je jouais avec un synthé modulaire mais c'est très contraignant comme genre d'outil : ça prend beaucoup de place, c'est chiant à transporter et ça coûte cher. Plus t'es à l'aise avec l'ordinateur, au moins t'as besoin de ça. » (Quentin Leonetti)

« Pour aller jouer dans la rue j'ai investi un ampli sur batterie, qui avait quand même un bon son parce que je voulais pas un vieux truc qui fait mal aux oreilles aux gens, et qui pesait pas trop lourd. Puis systématiquement quand j'achetais du matériel, je regardais si il y avait moyen de l'utiliser sur batterie au cas où. » (Steen)

V. Indépendance et rapport à l'industrie musicale

Nous allons dans cette partie analyser le rapport des artistes indépendants interviewés au secteur musical, aux labels et professionnels, et au mainstream.

5.1. Secteur musical belge

Les artistes qui viennent voir Boris Engels semblent se résigner à l'idée de percer dans le secteur musical belge.

« Percer ça devient secondaire, même si t'as toujours ce petit espoir de te dire que ça va marcher. Après il y a la réalité de terrain qui fait que l'industrie musicale est compliquée. Ça reste compliquer de percer. » (Boris Engels)

« Ce qui se vend le plus aujourd'hui en Belgique c'est les artistes solo qui ont des réseaux bien fournis, qui sont limite un peu influenceurs comme ça, qui sont des images autant que des artistes. Ça fait partie de la musique, mais je trouve ça dommage qu'il n'y ait que ce modèle qui soit mis en avant dans ce pays. Après il y a des groupes qui marchent aussi, mais c'est tellement rare au niveau proportion des groupes qui galèrent. » (Groupe A)

« L'industrie pure et dure. C'est comme ça que ça fonctionne et à toi de t'adapter. » (Elysiane)

On observe une sorte d'amertume concernant l'industrie musicale, qui donne le sentiment d'être une structure bien en place, qui n'accueille pas les artistes indépendants et ne leur laisse par conséquent pas la place d'être mis en avant.

« J'ai l'impression que certains projets vont avoir la cote, et c'est tout le milieu professionnel qui va les trouver géniaux. Et les autres qui vont être jugés moins bien... j'ai l'impression que les infos circulent vite. » (Roza)

On retrouve une comparaison du secteur musical en Belgique et en France dans les discours des professionnels qui connaissent davantage le milieu dit professionnel. L'industrie musicale française semble ainsi largement plus grande aux niveaux des budgets et de l'audience qu'il est possible d'atteindre.

« En Belgique, j'ai l'impression que le milieu est très bienveillant, mais il est très petit et les bruits courent vite. Donc c'est un peu compliqué de sortir de comment t'es vu et t'es vite catégorisé. Le milieu professionnel voit qui je suis, et je peux plus jouer la carte de l'émergence, et c'est dur de te réinventer. Je me sens parfois un peu enfermée en Belgique, alors qu'en France personne ne met connaît et j'ai plus le droit à la page blanche. » (Roza)

« Le projet de Konoba à un moment générait tellement d'argent que ça faisait plus de sens de faire ça comme ça. Maintenant un peu moins, parce que depuis le covid c'est plus compliqué. Une major belge c'est trop petit pour Konoba, la société de Konoba on injecte dix fois plus que ce que n'importe quelle major belge pourrait injecter dans le projet. On est plus gros que des majors avec Konoba, et c'est pour ça qu'on est indépendant. » (Boris Engels)

« Les versions belges [des majors] sont tellement petites, elles sont microscopiques. Elles ont pas beaucoup d'argent, pas beaucoup d'influence. En général tu vas essayer de signer en France pour essayer de percer en Belgique. » (Boris Engels)

« L'argent ça me limite quand je me dis que c'est un projet qui pourrait convaincre la France, parce qu'il la convint déjà sur les plateformes de streaming. Donc c'est sûr que si j'avais les sous j'aurais fait le pas pour payer un bon attaché de presse en France. » (Coralien)

5.2. Labels et professionnels

Les labels, petits ou grands, sont des structures professionnelles dont l'existence est toujours connue des artistes. Les apports de telles structures sont néanmoins moins identifiés par les artistes, et certains les contactent dans une optique de professionnalisation. La taille de ces organisations a un impact notable sur l'appréhension que les artistes ont d'elles, nourrie par l'imaginaire véhiculé autour des majors.

« C'est compliqué quand on commence, de savoir quoi et de comprendre ce que les labels peuvent t'apporter. Puis déjà il y a pas des énormes labels qui sont venus me faire la cour. On a envoyé notre album à quelques labels quand même, et ça a pas trop accroché, il y a beaucoup de labels qui sont quand même remplis ». (Roza)

« Si on avait un label qui distribuait notre musique, qui nous payait le studio ce serait cool, et on pourrait peut-être être plus écoutés aussi. Je pense que je serais pas contre si on avait vraiment le bon label pour nous, dans le style et dans l'idéologie. Genre pas nous demander de faire un TikTok par semaine, c'est pas pour nous ça. » (Groupe A)

« J'ai pas envie de signer tout de suite des gros contrats type Universal, type des gros labels de production. Je m'y connais pas assez pour me lancer en fait. Peut-être passer par un deal de distribution, why not. Je vois pas très bien ce qu'ils peuvent m'apporter en fait. » (Stanmore)

« Je voulais pas aller toquer dans une grosse maison de disques parce que c'était pas ça qui m'intéressait. Je cherchais le côté artisanal, indé, rester vraiment maître de mon projet. Donc ça me faisait peur d'aller voir des plus gros trucs. » (Lo Bailly)

Lo Bailly, dans sa volonté à passer à un niveau supérieur, a contacté des labels de petite taille et a finalement signé un contrat avec 62TV. Il s'agit d'un label dit indépendant, qui appartient

entre autres à un grand groupe de labels indépendants dénommé PIAS, dont 49% des parts appartiennent à Universal Music Group depuis 2021. Le CEO qualifie ce partenariat d'aide au développement des artistes (Sacré, 2022).

« C'est eux qui m'ont mis en contact avec ma boîte d'édition, avec ma manageuse, tout l'aspect promotion, les relations presses, pour le booking aussi évidemment. Parce que trouver des dates quand t'as pas un booker un peu connu dans le truc, c'est quand même très compliqué. » (Lo Bailly)

« Le fait de bosser avec un petit label, c'est cool parce que t'as une certaine indépendance artistique, tu sais qu'ils vont pas chercher à te faire faire un hit radio super mainstream. Après vu que c'est des petites maisons, il y a forcément moins d'argent. Il faut trouver des solutions, et quand j'ai vraiment envie de faire un truc, éventuellement je vais amener une contribution. Ce sont des structures plus à taille humaine. » (Lo Bailly)

Boris Engels argumente que pour des artistes aujourd'hui, puisque les majors ne s'occupent plus vraiment du développement des artistes, ils doivent se développer au préalable avant de se présenter à des majors :

« Pour les artistes actuels, il y a vraiment un énorme parcours en indé pour développer le profil le plus alléchant possible avec un maximum d'arguments. Et quand t'as créé un truc qui a un peu de gueule, là tu peux débarquer dans des labels avec du poids et des conditions. » (Boris Engels)

Sans revenir théoriquement sur les implications d'un passage via un label ou une major dont nous avons discutées dans la première partie de ce travail, deux artistes nous ont fait part de leur expérience en label indépendant :

« Déjà un label qui t'approche, ça pèse. Parler de musique autour d'une table avec des disques d'or accrochés aux murs, ça t'impressionne. Tu te dis que ça en vaut la peine. Dans la réalisation de l'album, c'est contraignant parce que t'as un timing à respecter dans le studio, le gars il a les chiffres en tête et il te stresse. Il te dit que ta prise elle est bonne parce qu'on a plus le temps. Alors que si t'es en indé, beh non elle est pas bonne, et je la referai demain. Ca rajoute un cadre sérieux et intéressant, mais faut voir si le producteur c'est un humain avec qui t'as envie d'être. » (Elysiane)

« C'est un peu compliqué de travailler avec lui, toujours ces questions de thunes, c'était pas super transparent, et elle [l'artiste pour qui il jouait] a rompu le contrat avec lui. Il ne voulait pas nous augmenter alors qu'on voyait bien que c'était possible. » (Groupe B)

« Il a trouvé une petite recette pour faire des singles qui passent bien en radio, que les gens aiment bien. Du coup elle arrivait avec des textes qu'il aimait généralement bien, et tout

l'arrangement musical derrière il le refaisait pour que ce soit radiophonique, un peu dansant, très pop. Et puis elle avait un univers qui était assez dark, et il la forçait à reprendre ses morceaux en mode super joyeux alors que ça ne lui correspondait pas. » (Groupe B)

Boris Engels, grâce à son expérience du milieu, caractérise les labels indépendants de moins intrusifs dans les réalisations des artistes qui font appel à leurs services :

« Je suis désolé mais c'est encore au cas par cas. Contrairement aux majors, les labels indés vont peut-être être moins intrusifs parce qu'ils vont plutôt signer suite à un coup de cœur. Les labels indés c'est des passionnés, qui vont créer un label dans un style bien précis. Maintenant ça reste des labels ce sont pas des robins des bois. Ils doivent gagner de l'argent et d'une manière ou d'une autre ils vont être moins intrusifs dans l'artistique, ils vont moins imposer et plus conseiller, mais il y a un moment où ils doivent faire un peu de thunes. » (Boris Engels)

Coralien est le seul de nos intervenants à avoir été approché par une ou plusieurs majors. Avec l'aide de son manager, ils prennent du recul sur les implications d'une signature dans une major sur leur projet. Sous accord de non-divulgaration émis par ces compagnies, nous nous limiterons à leur propre réflexion.

« On a toujours un peu peur avec ça d'être les derniers du catalogue. Quand t'es indé faut bien réfléchir avant de signer pour pas signer n'importe quoi. Il faut réfléchir au pourcentage qu'ils vont prendre et le deal en général. Pour un indépendant c'est plus intéressant d'avoir un deal de distrib, mais un deal artiste c'est un truc 360 et c'est là que tu perds vraiment ton âme. T'es plus le gérant de ton projet. Pour des gens comme moi qui sont auteur-compositeur-interprète-producteur et multi-instrumentiste, ce serait une cage quoi. Après c'est vrai que les labels ont des partenariats et des touches avec des playlists, et qu'ils ont des très bons attachés de presse aussi. » (Coralien)

Être indépendant, et par définition ne pas passer par des majors, est donc motivé par une sécurité de contrôle de sa musique et de ses droits. Pour la plupart des artistes indépendants, il s'agit davantage d'un non-intérêt de ces maisons de disques pour leurs réalisations.

« C'est pas forcément un choix, il y a juste de moins en moins de labels qui se tournent vers de petits groupes, et on a essayé clairement. » (Groupe A)

5.3. Le mainstream

Signer des contrats chez des labels dépend majoritairement du genre de musique que produisent les artistes, comme le confirme Boris Engels :

« De nouveau c'est du cas par cas. Si tu fais de la pop ultra commerciale t'as un peu plus de chances que si tu fais du rock indé hyper psyché, beh là on va essayer de trouver d'autres circuits, d'autres possibilités mais c'est plus compliqué. » (Boris Engels)

« On utilise souvent ces trois catégories de folk-rock-ambient. Le côté ambient c'est la recherche de textures, une évolution lente, etc. Il y a cette recherche d'alternatif, pas juste le faire comme attendu. Tandis que dans le mainstream il y a plus une recherche de ce que les gens attendent et tu cultives ça. Ce qui est un art aussi. » (Groupe A)

Plus que signer des contrats, c'est évidemment pouvoir être diffusé et atteindre une audience qui est moins accessible. Les styles de niche ne permettent pas, par leur faible diffusion, d'être compris par un large public initié majoritairement aux conventions du mainstream. Notons également que dans chaque genre, il existe des versions plus abordables.

« Il y a plein de codes qui sont assez inhabituels dans ce genre de style de niche. Notamment le concept de chant screamé²⁹. C'est un code qui marche pour le métal, mais que t'entend dans aucune autre musique. Pour toute personne non initiée au métal, c'est absolument inaudible, c'est affreux. Quand tu comprends ce que ça veut dire, ça devient un truc absolument génial ». (Stanmore)

« Des trucs qui sont métal, mais finalement du métal un peu mainstream, assez accessible. » (Stanmore)

Coralien, par exemple, sait qu'il a davantage de chances de pouvoir gagner sa vie puisqu'il fait de la pop. Dans le même temps, le leader du Groupe A nous partage sa résignation à toucher un large public dans l'industrie musicale belge :

« Je suis ok avec le fait que c'est que pour le plaisir. C'est pour ça que je fais le reste à côté, c'est pour vivre de la musique autrement. Je l'imagine pas comme un gagne-pain, vraiment à moins que ça décolle et qu'on commence à faire des tournées mais je vois pas comment. C'est une partie de moi qui est assez pessimiste pour le milieu indépendant, pour des groupes qui ne font pas des projets super pop, super vendables en Belgique dans des milieux un peu niche, c'est chaud hein. » (Groupe A)

« Il y a des groupes comme nous du milieu alternatif, beaucoup plus aux Etats-Unis évidemment, hors d'Europe quoi, qui marchent à mort et qui sont hyper alternatifs. Ça marche aussi tu vois, mais en Belgique c'est plus rare. » (Groupe A)

On retrouve chez lui l'acceptation que ses productions n'intéressent pas les professionnels intégrés à l'industrie musicale, raison pour laquelle il n'a jamais espéré vivre de sa musique. L'idée de marché parallèle refait surface, comme l'appuie Quentin Leonetti :

²⁹ Technique de voix gutturale.

« Je fais pas du Ed Sheeran, je fais pas le genre de musique qui va attirer énormément de monde. Typiquement les gens qui kiffent le plus à mes concerts, ce sont des gros geeks de musique et qui aiment les trucs vraiment en-dehors des sentiers battus. » (Quentin Leonetti)

« Je positionne pas par rapport au mainstream, le mainstream c'est une famille musicale géante. Et moi je fais mon truc à côté. Je cherche pas à combattre ce genre de choses. » (Quentin Leonetti)

VI. Influences

Comme le suggère *Les mondes de l'art*, les conventions et réseaux de coopération ont une influence plus ou moins directe sur l'œuvre finale des artistes. Nous avons pu comprendre au fil de nos interviews de qui et quoi s'entourent les artistes indépendants dans leur pratique et les raisons, aux origines diverses, qui sous-tendent ces décisions. On peut déjà retrouver cette idée d'influence en filigrane de l'analyse des témoignages que nous avons proposée jusqu'ici. Nous allons dans ce point-ci revenir sur quelques aspects témoignant de l'influence des réseaux de coopération et des conventions.

Premièrement, on sent le désir légitime des artistes d'être écoutés et donc de trouver un public. L'influence du système musical peut être plus ou moins prononcée dans ce que nous ont partagé les interviewés. Cependant, quand des artistes composent pour que « ça sonne bien », nous déduisons le rapport à ce système musical par lequel ils sont forcément influencés. Certains des artistes vont consciemment composer en fonction du cadre musical mainstream, même dans des genres musicaux moins populaires actuellement.

« Nous on fait quand même du métal core qui est à la mode, et moi quand j'écris mes toplines souvent je me dis que j'ai envie de faire un truc catchy. Il y a des sons où je me dis qu'il faut que ce soit un single, parce que j'ai envie que ça marche. Et c'est possible que je le ferais différemment si les trucs qui marchent étaient différents. » (Groupe B)

« J'ai pas envie de faire des choses pour plaire au milieu artistique, mais je pense qu'il faut trouver le juste milieu : il faut pas faire des choix pour les professionnels mais si tu sens que tu dois aller plus loin dans une direction pour être mieux définissable, je le rejette pas. » (Roza)

« L'idéal c'est peut-être d'avoir un ou deux titres où tu fais plus de concessions, c'est plus facile à défendre, et puis après que ça amène sur un album qui a plus de caractère et quelque chose d'unique. » (Roza)

« J'aime pas quand personne écoute mon truc non plus. C'est intéressant de regarder ce que les gens écoutent. Genre si toi t'adores jouer du jazz fusion en 11/4³⁰, ça peut être intéressant de plutôt faire du 12/4 parce que c'est plus écoutable, et de mettre des kicks à tous les temps parce que c'est tendance. Je réfléchis clairement comme ça. J'adopte cette démarche mais je ne vais pas changer tout mon projet pour autant. » (Elysiane)

Nous pouvons voir un certain équilibre propre à chacun des artistes et leurs motivations personnelles.

« J'ai aucune idée de comment être diffusé à la radio, mais je pense que ça commence par rentrer dans les codes de la radio, c'est-à-dire de la musique hyper bien produite, hyper bien mixée, qui plaît à 80% des gens. Et pour le moment on est pas trop dans ces trucs-là. Je connais des gens qui ont lancé un projet en disant que leur objectif c'était de passer à la radio. Pour faire ça, tu fais pas la musique qui te fait vibrer, tu rentres dans les codes préexistants. C'est mon impression. Moi je compose juste les trucs qui me font vibrer personnellement et notre musique, et ça marche à crever en live. » (Gustave Brass Band)

« Si tu fais des trucs vraiment calibrés pour que ça marche bien, tu ressembles beaucoup plus aux autres donc c'est un peu quitte ou double parce qu'on ne te reconnaît même plus. » (Roza)

« Ils [son label] vont pas pouvoir s'empêcher de dire que ce serait bien de faire des morceaux un peu radio. Ça fait partie du game tu vois. Mais quand moi je me mets derrières mes machines, je me dis jamais qu'il faut que ça fasse un hit radio. » (Lo Bailly)

Quentin Leonetti s'affranchit des conventions musicales, plus que tous les autres artistes interviewés, et s'y affirme dans le genre musical qu'il pratique. Remarquons que la caractéristique *ambient* est également retrouvée chez le Groupe A, qui vient à l'origine d'une mentalité relativement anti-pop.

« Dans la musique plus ambient et tout, on a moins de choses à penser que quand tu penses à 'ok j'ai envie d'écrire une chanson' : tu dois penser aux paroles, au rythme, à l'harmonisation, à la mélodie, etc. Dans l'ambient, t'as moins de choses à penser et ça te laisse de la place pour penser à des choses différentes. » (Quentin Leonetti)

« Quand tu composes dans un certain but, comme si tu faisais de la musique de jeu, tu vas avoir une structure très différente. » (Quentin Leonetti)

Certains standards de production influencent également dans la forme et le format de leurs œuvres. Nous pouvons voir dans ces trois témoignages l'album comme format intuitif, le caractère très produit et les standards de qualité sonore.

³⁰ Type de mesure. Il s'agit ici d'une mesure à onze temps asymétrique, que l'on retrouve moins fréquemment.

« Je me suis pas payé un milliard de questions, je me disais que maintenant que je m'étais lancée dans la musique il fallait que je sorte un album. » (Roza)

« Maintenant ce que les gens attendent, ça va être un truc beaucoup plus produit, très calé, dans la pop, le hip-hop, ... Mais on retrouve ça aussi dans le métal moderne, qui reprend des sons de la pop. Versus du blues, du jazz où on recherche quelque chose de beaucoup plus naturel, organique, humain. Pour moi, tu peux avoir une production de très grande qualité que ça soit très produit ou pas. » (Stanmore)

« Ca permet de garantir une sécurité musicale pour le groupe. Moi je suis allé voir un groupe au feu d'artifice ici, c'était de la merde. Y a plein de gens qui m'ont dit c'est de la merde, mais non c'est pas de la merde c'est parce qu'ils n'ont pas le matos qu'il faut pour que les gens puissent entendre correctement la musique. C'est pas rendre service au groupe. » (Triplay)

Également, le Groupe A met en avant l'influence des modes consommation de musique sur la production musicale des artistes indépendants.

« Il y a par exemple de moins en moins d'engouement pour le contenu vidéo long. De plus en plus tu te tournes vers des TikTok de quinze secondes, des trucs hyper fast. Tu fais réagir le public très vite. Ça impacte d'office la manière dont les gens font de la musique, tu dois mettre le refrain à 30s limite, ... » (Groupe A)

Ensuite, on retrouve une influence marquée des collaborations des artistes dans leur entourage de production, ainsi qu'au niveau artistique. On retrouve une influence prépondérante des professionnels et mentors sur les artistes.

« T'as tes morceaux puis t'as un producteur qui vient avec ses 40 ans d'expérience et qui te dit de faire comme ça. Moi j'ai pas envie de faire comme ça tu vois, mais en même temps si il le dit ça doit être pour le bien du projet. Du coup t'es hyper tiraillé là-dedans, surtout quand tu fais genre un truc au chant, c'est assez personnel. Mais au fur et à mesure t'apprends à écouter ce qu'on te dit, et à le prendre en compte ou pas. » (Elysiane)

« T'as un producteur derrière qui met de la thune et qui veut en recevoir donc fatalement il y a beaucoup plus de trucs tendances. Tu veux faire un morceau de 10 minutes, il te dit ok mais pas deux. Sinon comment tu veux que je le mette en radio. Donc il y a plein de morceaux qu'on a dû couper, les solos de guitare moi j'aime bien mais les gens aiment moins tu vois. » (Elysiane)

« A ce moment on l'avait [un morceau] présenté à Saule qui nous avait dit qu'il n'aimait pas et qu'on pouvait la zapper, mais nous on l'aimait bien. Donc on l'a retravaillé et on lui a représenté une semaine après et là il l'aimait bien. » (Triplay)

« Je lui ai montré mes projets et il m'a qu'il aimait beaucoup le projet en français, parce que j'avais aussi des morceaux en anglais, et donc on a vraiment mis l'accent sur ça. » (Coralien)

Au niveau artistique, en-dehors des contraintes qu'implique la collaboration avec d'autres musiciens et techniciens, on voit que les artistes sont relativement enclin à donner de l'espace à ce personnel de renfort dans leurs propres compositions.

« T'as des musiciens qui vont plus s'impliquer dans le projet, et d'autres qui te disent qu'ils seront là quand il y a besoin mais ça s'arrête là. Moi les deux me vont. Jusqu'à présent, dans la composition c'est moi de a à z. » (Elysiane)

« Je fais travailler d'autres personnes sur mes maquettes. En général, ce qu'ils vont rajouter, ça va aussi me donner des idées. Une fois qu'on est content, on envoie au mix et au mastering. Puis après le planning, sorties, clips, ... ce sont des décisions qui se prennent avec le label évidemment. » (Lo Bailly)

« Au début, ça me faisait violence de laisser des gens pénétrer mes morceaux. Tu peux te dire 'qu'est-ce qu'on a fait à mon morceau là ?'. Et j'ai toujours eu cette crainte de me dire ça. Mais en fait t'as le droit de pas aimer ce que quelqu'un va proposer, et si t'aimes pas c'est simple, t'arrêtes de collaborer. C'est toujours hyper enrichissant de tester. » (Lo Bailly)

L'influence que l'entourage des artistes et du milieu dans lequel eux et leur entourage est donc prépondérante. Les réseaux de coopération de leur *monde* incluent de nombreuses ressources et conventions entremêlées qui ont effectivement un impact prononcé sur l'œuvre finale. On observe également que la structure du marché, les modes de consommation et les moyens de diffusion dont les professionnels semblent être les *gatekeepers*, ont une emprise relativement prononcée sur la création des œuvres et fortement sur leur diffusion. Certains artistes prennent de la distance avec l'industrie musicale et des conventions qu'elle implique, mais n'espèrent pas tirer de revenus suffisants pour vivre de leur activité ou même l'autofinancer.

Comme le disait Becker (1988), on peut considérer que les œuvres finales sont la production d'un *monde* et non pas seulement d'un artiste. Ce sont des choix que l'artiste lui-même prend et nous supposons que c'est précisément cette succession de choix qui confère le caractère artistique à l'œuvre, que seul l'artiste aurait pu lui apporter. Cependant, comme nous avons pu le voir dans ces témoignages, les choix que prennent les artistes sont largement influencés par leur *monde*.

Conclusion

L'analyse par *Les mondes de l'art* nous a permis d'étudier la création et la production musicale construite par des réseaux de coopération, qui s'inscrivent dans une réalité sociale systémique. La suite d'étapes nécessaire à la production d'œuvres musicales fait intervenir un ensemble complexe de participants aux intérêts variés et de ressources de différents types. Les activités et relations sont coordonnées par des conventions qui correspondent aux méthodes habituelles et finalement à une sorte de langage implicite. Nous avons pu voir de quelles manières les personnes et le milieu qui entourent l'artiste pénètrent son œuvre. Nous pouvons désormais proposer une stricte confrontation et conjonction de notre base théorique et des données qualitatives recueillies via nos entretiens.

Bien que les artistes soient considérés comme étant au centre de la création, ceux-ci ont de nombreux retours de la part de leur entourage proche, et les compositeurs au sein d'un groupe doivent trouver des compromis avec les désirs esthétiques des autres membres. Une majeure partie d'entre-eux cherchent des personnes spécialisées dans certains aspects de la création musicale pour les y aider ou pour qu'ils y interviennent directement. Il semble que les mélodies et paroles dans la mesure où les artistes ont décidé d'en utiliser sont dirigées par les artistes eux-mêmes avec plus ou moins d'influences de leur entourage et de la musique globalement plus appréciée. On observe que les artistes laissent une grande liberté à la réinterprétation de leur musique par les musiciens qui les accompagnent. Il est important pour eux que ces derniers puissent s'exprimer personnellement avec leurs styles. Cependant, la quantification de ce degré de liberté est difficile à mesurer et nous nous basons donc sur les dires des artistes.

Il est intéressant de remarquer une aversion relativement prononcée des artistes à la perte de contrôle sur leurs créations que pourrait impliquer une signature chez une *major*. En effet, ceux-ci laissent de nombreuses personnes pénétrer leurs créations mais ont davantage d'appréhensions concernant l'impact d'une grosse maison de disque. Il semblerait que les artistes indépendants gardent le sentiment de contrôle sur leurs créations quand ce sont d'autres indépendants qui altèrent leurs morceaux, et sont ainsi en accord avec leurs interventions.

Nous observons des relations évidentes avec l'industrie musicale, et sous plusieurs formes. En effet, on retrouve systématiquement le passage ou le désir de passage par des professionnels du milieu musical. Par exemple, nous avons vu de nombreuses reprises vu une ou plusieurs personnes familières au secteur musical prendre le rôle de mentor auprès des musiciens

indépendants. Ces personnes exercent un pouvoir d'influence important dans le processus créatif et prennent le rôle d'esthéticiens. Encore, on voit une volonté générale de nos intervenants à atteindre certains standards de production et musicaux : « ce qui sonne bien », « ce qui fonctionne », « ce qui pète ». Ceux-ci perçoivent une relation directe entre réputation et qualité de production.

Grâce aux technologies et Internet, les artistes ont la possibilité de gérer l'entièreté des étapes de production par eux-mêmes. Le passage par certains intermédiaires est néanmoins inévitable tels que les fournisseurs de matériel, plateformes digitales ou sociétés de pressage de CD, etc. Les artistes souhaitent idéalement ne s'occuper que de l'aspect artistique et vont déléguer les tâches non artistiques à d'autres personnes quand cela leur est financièrement possible. On remarque qu'il est systématiquement important pour les artistes d'avoir de bonnes relations avec les personnes qui les entourent, où les relations amicales priment sur des relations strictement professionnelles. Ce personnel de renfort est choisi sur base d'un système de recommandation et réputation, ou peut être trouvé au moyen des réseaux sociaux ou dans l'entourage proche. Le passage par des personnes spécialisées est plus fréquent pour les artistes professionnels ou qui ont le désir de se professionnaliser, tandis que l'apprentissage fait partie intégrante du plaisir que les artistes considérés amateurs retirent de leur pratique.

S'entourer d'autres personnes impliquent forcément des contraintes que les musiciens interviewés ont connu telles que les limitations techniques de ces personnes, les contraintes organisationnelles, géographiques ou encore sociales. Cela s'applique davantage quand ce personnel de renfort n'est pas professionnel.

Les technologies sont omniprésentes dans les pratiques des musiciens. L'ordinateur et la carte son forment le socle créatif de ces artistes pour des raisons pratiques et économiques. En effet, la flexibilité et les nombreuses fonctions que peuvent revêtir ce matériel permettent à tout un chacun de créer et d'atteindre la qualité de production standardisée de l'industrie musicale et professionnels, et de rivaliser directement avec eux. On peut voir que l'utilisation de *DAWs* fait partie intégrante du processus de création des artistes : ceux-ci composent avec ces logiciels qui leur donne un feedback immédiat sur leur travail. Ainsi, ils avancent pas à pas au fil des réponses que leur donne leur logiciel et peuvent s'y adapter. De plus, les simulations numériques d'instruments ou la multitude de modules implémentables à ces logiciels leur permettent d'explorer une multitude de sonorités, textures, rythmiques, etc. On perçoit d'ailleurs davantage cette dimension exploratoire où les artistes recherchent ce qui est possible

de faire que de voir si il est possible de faire ce qu'ils recherchent. Pour ces raisons, on peut considérer que les logiciels cadrent plus ou moins le processus créatif.

Ce sont généralement les compétences ou le temps nécessaire pour apprendre ces compétences qui représentent le facteur limitant à une réelle rivalisation en termes de production. Considérer une certaine rivalisation avec les maisons de disques revient à considérer que les artistes indépendants souhaitent concurrencer les *majors* sur le même marché. L'idée de marché parallèle n'a été retrouvée que chez deux de nos intervenants, qui sont entre autres totalement résignés à l'idée de vivre de leur pratique. Leurs créations divergent en effet le plus de ce à quoi la grande majorité du public est initié, et évoluent dans des marchés de niche.

La démocratisation des technologies semble avoir permis au *monde des indépendants* de se développer en amenant davantage de participants, tout en permettant des chemins d'accès aux publics. Le développement de ce monde a mené à une profusion des outils et moyens de formation disponibles à ces artistes. D'un autre côté, l'élargissement de ce monde a pour conséquence d'entraîner une augmentation considérable du nombre de productions musicales. L'enjeu principal pour les artistes indépendants devient donc la visibilité.

Comme nous avons pu le voir, le passage par les plateformes de streaming est un passage évident et même considéré obligatoire pour les musiciens interviewés. L'essentiel de la musique actuelle est diffusée via ce moyen, et fait ainsi passer aux mêmes endroits musique indépendante et de grosses structures de production. La structure en entonnoir de l'industrie musicale cadre en effet ce passage commun. Finalement, de toutes les ressources et éléments qui font partie du *monde des indépendants*, c'est l'accès au public qui est le plus le plus compliqué. Renforcé par le star-system et par rétroaction positive, ce sont les artistes issus des *majors* qui ont le plus de visibilité et de succès. Il s'agit donc d'une confrontation directe entre des modes de production et moyens différents dont le rapport de force favorise les maisons de disques. Nous observons une influence du fonctionnement des plateformes de streaming sur les pratiques des artistes dans la mesure où de la musique plus catégorisable a plus de chance d'être mise en playlist et par-là de profiter d'une meilleure exposition. Encore, les musiques plus courtes seraient favorisées par les algorithmes de ces plateformes au niveau de l'exposition. Finalement, le système de rémunérations encourage une production élevée de musique et le placement du *hook* avant 30 secondes ; temps à partir duquel une écoute est comptabilisée. De plus, nous avons vu qu'il était très difficile pour les artistes émergents de pouvoir jouer en live alors que cela représente pour eux la manière la plus efficace de générer des revenus.

Dans la perspective d'augmenter leur visibilité, les artistes mettent l'accent sur la promotion. Faute de moyens financiers, la majorité de cette promotion est réalisée via les réseaux sociaux par les artistes eux-mêmes. On remarque que l'activité sur leurs réseaux sociaux sont proportionnels à leur volonté de professionnalisation. Les artistes amateurs et semi-professionnels ont davantage de répulsion ou moins de volonté à y être actifs. Dans ce milieu où la réputation et crédibilité est primordiale, nous pouvons voir qu'elle se construit entre autres par la notoriété sur les réseaux sociaux.

Pour les artistes professionnels en Belgique, il est intéressant de noter que l'acquisition du statut d'artiste équivalent à une forme de chômage non dégressif, leur permet de toucher des revenus réguliers et par-là de pouvoir prendre des distances avec le mainstream. Cependant, cette acquisition est possible sous preuve d'un certain quota annuel de prestations qu'un artiste de micro-marché a peu de chances d'atteindre.

De plus, il faut considérer que le marché musical belge est relativement restreint au regard de celui la France, ou même du secteur musical globalisé qu'a entraîné sa digitalisation. Le passage par le marché français est utile pour espérer jouir d'une notoriété plus grande, via des professionnels qui disposent de ressources et réseaux plus importants.

Nous constatons que les artistes trouvent certaines alternatives de production et diffusion vis-à-vis du système en place. Dans leurs pratiques, ce qui caractérise les artistes indépendants sont les stratégies qu'ils mettent en place de sorte à atteindre un public et d'essayer de rentrer dans leurs frais. Comme nous l'avons vu, certains artistes se créent leurs propres espaces de diffusion via des concerts en ligne, des concerts organisés par eux-mêmes ou encore dans la rue. Ils cherchent des sources de financement via des campagnes de crowdfunding ou de rémunération directe entre eux les fans. Encore, lorsque les rémunérations ne sont pas suffisantes pour engager un nombre idéal de personnes de renfort, ceux-ci adaptent leurs prestations en passant par des bandes sonores. De plus, on peut considérer que les artistes indépendants proposent eux-mêmes des alternatives au public par le développement de styles de niche, résultant en une résistance symbolique au mainstream. Comme nous l'avons dit, l'alternative de production est possible grâce aux technologies qui permet la gestion de l'entièreté du processus. Néanmoins, il semble que leur développement soit borné dans le marché musical, et que les moyens de promotion et de diffusion les limitent. L'alternatif permet davantage de se concentrer sur des publics alternatifs, et par conséquent réduits.

L'indépendance vue comme une cohabitation avec les majors est difficilement concevable dans sa version actuelle où la majorité des artistes sont indépendants et où le public est disputé entre ces différentes formes de production musicale. Finalement, l'indépendance est un nouveau chemin d'accès aux marchés de la musique, qui est ouvert à tous. Elle correspond à une alternative aux maisons de disques qui ne signent que très peu d'artistes. Les artistes agissent donc de cette manière en réaction à la structure de l'industrie, davantage qu'en rébellion ou résistance. Cela marque une resignification de l'idéologie historique où l'exploitation commerciale de la musique ne constitue pas un problème pour les musiciens qui trouvent des moyens de contourner ce système de production très sélectif. Finalement, ceux-ci ne perçoivent pas clairement la place des majors dans l'industrie musicale, ni ce que ces compagnies peuvent leur apporter comme plus-value. L'idéologie DIY est donc moins gage de résistance que d'exploitation des possibilités qui leur sont offertes. L'indépendance ne peut pas être comprise comme le détachement des influences de l'industrie musicale sur les artistes, comme nous l'avons discuté. Considérant également que les plateformes de streaming font désormais partie de l'oligopole dominante, on ne pourra parler que d'indépendance partielle.

Certains musiciens indépendants sont désormais capables de créer et diffuser et espèrent pouvoir tout de même « percer dans la musique » via un équilibre avec les conventions du mainstream plus ou moins marqué, tandis que d'autres développent leurs activités dans des micro-marchés au public restreint, avec plus d'autonomie face à aux conventions du mainstream.

Dans le cadre de cette recherche, le nombre d'entretiens constitue notre principale limite. En effet, nous pensons qu'une exposition à une plus grande diversité de situations et styles et types de production permettrait de mieux éclairer la diversité des pratiques. Des points de comparaisons pourraient ainsi être plus précis, sur base des différenciations que présentent des artistes dans différents styles de niche, dans des labels à vocation indépendante ou qui appartiennent à des majors, des artistes en totale autoproduction, etc. De plus, la récolte d'expériences d'artistes qui sont passés par des majors permettrait de confronter la théorie selon laquelle ces dernières ont du contrôle et une influence prononcée sur l'œuvre des artistes.

Le *monde* de la musique enregistrée est en constante évolution et les *sous-mondes* qui le composent se redéfinissent constamment en rapport à lui. C'est l'ensemble des participants qui adapte ses comportements et pratiques à ces évolutions, de l'artiste au public. Les rapports que les participants entretiennent avec ce monde et entre-eux se redéfinissent à mesure qu'évoluent

ces *mondes* entrelacés dans les différentes facettes que nous avons développées dans ce travail. Ainsi, nous considérons que le *monde* des indépendants partage aujourd'hui les mêmes ressources que les industries culturelles et ne jouissent qu'une indépendance partielle, collaborant avec les majors et se définissant même en rapport à ces dernières. Comme nous l'avons vu, ce *monde* des indépendants influence également le *monde* professionnel des maisons de disques et labels associés par leurs pratiques, innovations et organisation. Le *monde* des indépendants diverge de l'industrie musicale par son hétérogénéité et sa diversité, et par leurs conventions et motivations, tout en en partageant certaines selon les situations.

-

Bibliographie

- ADLER M. (1985). *Stardom and Talent*. The American Economic Review, 75(1), 208-212.
- ADORNO, T. (1937). *Sur la musique populaire*. Studies in Philosophy and Social Science. Institute of Social Research, 9, 17-48.
- ALEXANDER, P. J. (2002). *Peer-to-peer file sharing: The case of the music recording industry*. Review of Industrial Organization, 20(2), 151-161.
- ATKINSON, C. (2011). *Citi to sell EMI for \$4.1B to Universal, Sony*. New York Post. En ligne <https://nypost.com/2011/11/11/citi-to-sell-emi-for-4-1b-to-universal-sony/>, consulté le 14 juillet 2023.
- BACACHE-BEAUVALLET, M. & BOURREAU, M. (2022). *Économie des plateformes*. La Découverte.
- BEACKER, H. S. (1988). *Les Mondes de l'art*. Flammarion.
- BECKER, H. S. (2005). *Inventer chemin faisant: Comment j'ai écrit Les mondes de l'art*. L'analyse du social: les modes d'explication.
- BECKER, H. S., & PESSIN, A. (2006). *Howard S. Becker et Alain Pessin : Dialogue sur les notions de Monde et de Champ*. Sociologie de l'Art, 1(8), 163-180. <https://doi.org/10.3917/soart.008.0163>
- BENGHOZI, P.-J. (1990). *Review of Les mondes de l'art, by H. S. Becker*. Revue Française de Sociologie, 31(1), 133–139. <https://doi.org/10.2307/3321493>
- BENGHOZI, P.-J. (2006). *Mutations et articulations contemporaines des industries culturelles*. La Documentation Française, 129-152.
- BENNETT, A. & PETERSON, R. A. (2004). *Music Scenes: Local, Translocal and Virtual*. Vanderbilt UP.
- BLUMER, H. (1966). *Sociological implications of the thought of George Herbert Mead*. American journal of sociology, 71, 533-544.
- BOEIJE, H. (2005). *Analyseren in kwalitatief onderzoek*. Denken en doen.
- BOISSIER, A. (2013). *Autoproduction. Reconfiguration des modes de production dans les industries culturelles et créatives*. Labex ICCA et le DESP.

- BOLTANSKI, L. & CHIAPELLO, E. (2001). *Sociologie générale*. L'Année sociologique, 51, 257-273. <https://doi.org/10.3917/anso.011.0256>
- BOUCHER, M., BAKOLE BAENDE-MBELE, Y., & BELLEFLAMME, P. (2020). *Comment vivre de sa musique à l'ère du streaming digital ?*. (Mémoire de master). Université Catholique de Louvain.
- BOURDIEU, P. (1996). *The Field of Cultural Production*. Oxford Polity Press.
- BOYER, S. (2012). *L'industrie musicale à l'ère numérique : redistribution et redéfinition des rôles*. Web-revue des industries culturelles et numériques. En ligne <https://industrie-culturelle.fr/industrie-culturelle/lindustrie-musicale-a-lere-numerique-par-solene-boyer/>, consulté le 28 juin 2023.
- BRASSEUR, M., & BELLEFLAMME, P. (2021). *BAND: A strategic framework to help indie rock musicians build their audience via streaming platforms and social media*. (Mémoire de master). Université Catholique de Louvain.
- BRASSEUR, M., & PIRENNE, C. (2023). *Étude de la (micro)scène indie en Belgique : Les musiciens indépendants, leur musique et leur parcours*. (Mémoire de master). Université Catholique de Louvain. (Non publié).
- BRIEF, H. (1964). *A Presentation by the Record Industry Association of America at the 1964 Regional Meetings of the National Association of Broadcasters*. Record Industry Association of America.
- BROWN, H. (2012). *Valuing independence: Esteem value and its role in the independent music scene*. *Popular Music and Society*, 35(4), 519-539.
- BRUCHER, A. & PIRENNE, C. (2016). *Les "micro-indépendants" et l'"entrepreneuriat culturel" : une étude de la production culturelle à l'ère du Web 2.0*. (Mémoire de master). Université Catholique de Louvain. (Non publié).
- CARACO, B. (2012). *Fabien Hein, Do it yourself! Autodétermination et culture punk*. Lectures.
- CHUGG, M. (2008). *Australia's Industry Leaders Answer the Big Questions*. Big Sound 2008 Conference. (Discours non publié).
- CIMPAYE, A. (2022). *Comment faire passer vos morceaux à la radio avec réussite ?*. Groover Blog. En ligne <https://blog.groover.co/conseil/diffuser-morceau-radio-reussite/>, consulté le 13 juillet 2023.
- CENTRE NATIONAL DE LA MUSIQUE (CNM). (2021). *Indicateurs de la diversité musicale dans le paysage radiophonique à partir d'un panel de 42 radios : année 2020*.

- COOPER, C. L., & WILLS, G. I. (1989). *Popular musicians under pressure*. *Psychology of Music*, 17(1), 22–36. <https://doi.org/10.1177/0305735689171003>
- COX, R., FLETON, J., & CHUNG, K. (1995). *The concentration of commercial success in popular music: an analysis of the distribution of gold records*. *Journal of Cultural Economics* 19(4), 333-340.
- CUFFOLO, R., & BREE, J. (2021). *Autopsie d'une tentative de résistance aux «majors» Le cas de l'autoproduction musicale «punk» en France*. *Revue française de gestion*, 47(1), 157-171.
- DONNAT, O. (2018). *Évolution de la diversité consommée sur le marché de la musique enregistrée, 2007-2016*, Culture études, ministère de la Culture – DEPS.
- DRIJVER, R. D., & HITTERS, E. (2017). *The business of DIY. Characteristics, motives and ideologies of micro-independent record labels*. *Cadernos de arte e antropologia*, 6(1), 17-35.
- FARCHY, J. (1999). *La fin de l'exception culturelle?*. CNRS.
- FLICHY, P. (1980). *Les industries de l'imaginaire. Pour une analyse économique des médias*. Presses Universitaires de Grenoble, Institut National de l'Audiovisuel.
- FRITH, S. (1981). *Sound Effects: Youth, Leisure, and the Politics of Rock'n'roll*. Pantheon Books.
- FRITH, S. (1983). *Rock biography*.
- FRITH, S. (2008). *Retour sur l'esthétique de la musique pop*. Rue Descartes, 60, 63-71. <https://doi.org/10.3917/rdes.060.0063>
- GARCIA, P. (2021). Maria Eriksson, Rasmus Fleischer, Anna Johansson, Pelle Snickars, Patrick Vonderau, Spotify Teardown. *Inside the Black Box of Streaming Music*. The MIT Press, 18(1), 97-99. <https://doi.org/10.4000/volume.9044>
- GAROFALO, R. (1987). *How Autonomous Is Relative: Popular Music, the Social Formation and Cultural Struggle*. *Popular Music*, 6(1), 77–92. <http://www.jstor.org/stable/853167>
- GELBER, S. M. (1999). *Hobbies: Leisure and the Culture of Work in America*. Columbia University Press.

- GERMA, R. (2011). *Deezer, Spotify, YouTube et les autres... m'ont tué*. Libération. En ligne https://www.liberation.fr/ecrans/2011/02/11/deezer-spotify-youtube-et-les-autres-m-ont-tue_952462/, consulté le 26 juillet 2023.
- GILLETT, C. (2011). *The sound of the city: The rise of rock and roll*. Souvenir Press.
- GÜVEN, U. Z. (2018). *Musique Médiatisée: Une Evaluation Sur La Massification De La Musique*. HUMANITAS-Uluslararası Sosyal Bilimler Dergisi, 6(12), 255-272.
- HESMONDHALGH, D. (1999). *Indie: the institutional politics and aesthetics of a popular music genre*. Cultural Studies, 13(1), 34-61.
- HESMONDHALGH, D. (2006). *Bourdieu, the Media and Cultural Production*. Media, Culture and Society, 28, 211-231.
- HESMONDHALGH, D., & MEIER, L. M. (2014). *Popular music, independence and the concept of the alternative in contemporary capitalism*. Media independence, 94-116.
- HIBBETT, R. (2005). *What is indie rock ?*. Popular music and society, 28(1), 55-77.
- HIRSCH, P.M. (1969). *The structure of the popular music industry*. Ann Arbor, MI: Institute for Social Research.
- HIRSCH, P. M. (1972). *Processing fads and fashions: An organization-set analysis of cultural industry systems*. American journal of sociology, 77(4), 639-659.
- HRACS, B. J. (2012). *A creative industry in transition: The rise of digitally driven independent music production*. Growth and Change, 43(3), 442-461.
- HVIID, M., IZQUIERDO-SANCHEZ, S., & JACQUES, S. (2018). *Digitalisation and Intermediaries in the Music Industry : The Rise of the Entrepreneur ?* SCRIPT-ed, 15(2), 242-276. <https://doi.org/10.2966/scrip.150218.242>
- IFPI. (2020). *Global Music Report: The Industry in 2019*.
- IFPI. (2023). *Global Music Report 2023 – State of the Industry*.
- INTEGRALE DE LA MUSIQUE (IDLM). (2023). *Intégrale de la musique*. Conseil de la musique. En ligne <https://www.idlm.be/fr/>.
- JAMES, R. (2019). *Comment l'utilisation du big data par les sites de streaming change notre idée des formats et des genres musicaux dans la pop*. Audimat, 12, 105-123. <https://doi.org/10.3917/audi.012.0105>

- JULIEN, O. S. (2008). *L'analyse des musiques populaires enregistrées*.
- KRUEGER, A. B. (2019). *Rockonomics*. Macmillan Publishers.
- KRUSE, H. (2010). *Local Identity and Independent Music Scenes, Online and Off*. *Popular Music and Society*, 33(5), 625-639.
- LEBRUN, B. (2006). *Majors et labels indépendants: France, Grande-Bretagne, 1960-2000*. *Vingtième siècle*, 4, 33-45.
- LEFEUVRE, G. (1998). *Le guide du producteur de disques*. Dixit.
- LEFEUVRE, G. (2018). *Peut-on encore vivre de sa musique aujourd'hui ?*. *Nectart*, 6, 98-107.
<https://doi.org/10.3917/nect.006.0098>
- LEYSHON, A. (2009). *The software slump ? : Digital music, the democratisation of technology, and the decline of the recording studio sector within the musical economy*. *Environment and Planning A*, 41, 1309–1331.
- LOWIES, J. & BOTTACIN, S. (2021). *Le statut social de l'artiste en Belgique: I. Le cadre actuel*. *Courrier hebdomadaire du CRISP*, 2494-2495, 7-92.
<https://doi.org/10.3917/cris.2494.0007>
- MADDEN, M. (2004). *Artists, Musicians and the Internet*. Pew Internet and American Life Project.
- MALL, A. (2018). *Concentration, diversity, and consequences: Privileging independent over major record labels*. *Popular Music*, 37(3), 444-465.
- MARIUZZO, F., & ORMOSI, P. L. (2020). *Independent v Major Record Labels : Do They Compete on a Level-Playing Streaming Field ?*. *SSRN Electronic Journal*.
<https://doi.org/10.2139/ssrn.3729966>
- MARKETING MUSICAL. (2021). *Devriez-vous signer avec un label ou rester indépendant ?*. En ligne <https://marketingmusical.fr/signer-label-rester-independant/>, consulté le 23 juillet 2023.
- MARSHALL, L. (2013). *The recording industry in the twenty-first century*. *The international recording industries*, 75, 53.
- MARSHALL, L. (2015). *Let's keep music special. F—Spotify' : on-demand streaming and the controversy over artist royalties*. *Creative Industries Journal*, 8(2), 177-189.
<https://doi.org/10.1080/17510694.2015.1096618>

- McROBBIE, A. (2002). *Clubs to companies: Notes on the decline of political culture in speeded up creative worlds*. Cultural Studies, 16(4), 516–531.
- MENEZES, P. (2020). *From DIY to Indie: Independent Music Through Bourdieu's Field Theory*. Asap Journal MOVE, 7.
- MOORE, A. (2002). *Authenticity as authentication*. Popular music, 21(2), 209-223.
- MORGAN, D. L. (2008). *Snowball sampling*. The SAGE encyclopedia of qualitative research methods, 2, 815-16.
- MOULIN, R. (1967). *Le marché de la peinture en France*. Minuit.
- MURPHY, S. (2020). *Music marketing in the digital music industries—An autoethnographic exploration of opportunities and challenges for independent musicians*. International Journal of Music Business Research, 9(1), 7-40.
- NEGUS, K. (1995). *Where the Mystical Meets the Market: Creativity and Commerce in the Production of Popular Music*. The Sociological Review 43(2), 317-339.
- NICOLAS, Y. (2022). *Le star-system dans les industries culturelles : comment l'expliquer ?*. Regards croisés sur l'économie, 30-31, 161-170. <https://doi.org/10.3917/rce.030.0161>
- NOËL, S., & PINTO, A. (2018). *Indé vs Mainstream. L'indépendance dans les secteurs de production culturelle*. Sociétés contemporaines, 111(3), 5-17.
- PAPOOZ (18 mai 2016) *Papooz – Interview Lomax* [Émission radio]. Le106. En ligne <https://youtu.be/AVuyfZAmpXs>, consulté le 24 mai 2023.
- PETERSON, R. A., & BERGER, D. G. (1975). *Cycles in symbol production: The case of popular music*. American sociological review, 158-173.
- PINCON, M. (1986). *Autoproduction, sociabilité et identité dans une petite ville ouvrière*. Revue française de sociologie, 27(4), 629-653.
- POURTAU, L. (2006). *Les Membres de Sound System techno : du militantisme à la professionnalisation*. Volume !. La revue des musiques populaires, 5(1), 129-148.
- PUCHEU, D. (2012). *Les labels Indés et les nouveaux chemins de l'intermédiation*. L'industrie musicale à l'aube du XXIème siècle : approches critiques, L'Harmattan, 129-153.
- RADERMECKER, A. S. (2014). *Affirmation et économie d'une scène locale: le cas des groupes pop-rock issus de la Communauté française de Belgique entre 2000 et 2010*. Revue de la Société liégeoise de Musicologie.

- RANAIVOSON, H. (2008). *Diversité de la production et structure de marché. Le cas de l'industrie musicale*. (Thèse de doctorat). Université Panthéon-Sorbonne-Paris I.
- REVERBNATION, & DIGITAL MUSIC NEWS. (2011). *Survey Results: 75% of Indie Artists Seek a Label Deal – Sony Top Label of Choice*. ReverbNation. En ligne <https://blog.reverbnation.com/2011/03/29/survey-results-75-of-indie-artists-seek-a-label-deal-sony-top-label-of-choice/>, consulté le 23 juillet 2023.
- RIFKIN J. (2001). *The Age of Access: The New Culture of Hypercapitalism*. Penguin.
- ROBIN, C. (2008). *La notion d'indépendance éditoriale*. Communication et langages, 156, 53-62.
- ROGERS, I. (2008). 'You've Got To Go To Gigs To Get Gigs': *Indie Musicians, Eclecticism and the Brisbane Scene*. Continuum: Journal of Media & Cultural Studies, 22(5), 639–649.
- ROSEN, S. (1981). *The Economics of Superstars*. American Economic Review, 71(5), 845-858.
- ROUSSEAU, L. (2023). *Oreille analytique et sélective [Vidéo]*. La minute utile du musicien. En ligne <https://www.youtube.com/watch?v=wuGoTif3XNU>, consulté le 12 juillet 2023.
- RUIZ, E., TELLIER, A. & PENIN, J. (2021). *Comprendre les transformations de l'industrie musicale: Une approche par le modèle d'affaires*. Revue française de gestion, 294, 79-97. <https://doi.org/10.3166/rfg.2021.00505>
- SACRE, J.-F. (2022). *Universal Music Group acquiert 49% du groupe belge indépendant PIAS*. L'Echo. En ligne <https://www.lecho.be/entreprises/divertissement/universal-music-group-acquiert-49-du-groupe-belge-independant-pias/10431384.html>, consulté le 4 août 2023.
- SCOTT, M. (2012). *Cultural entrepreneurs, cultural entrepreneurship: Music producers mobilising and converting Bourdieu's alternative capitals*. Poetics, 40(3), 237-255.
- SEXTON, J. (2008). *Digital Music: Production, Distribution and Consumption*. Digital Culture: Understanding New Media, 92–106.
- SNEP. (2020). *L'économie de la production musicale en 2019*.
- STEBBINS, R. A. (2007). *Serious Leisure: A Perspective for Our Time*. Transaction Publishers.

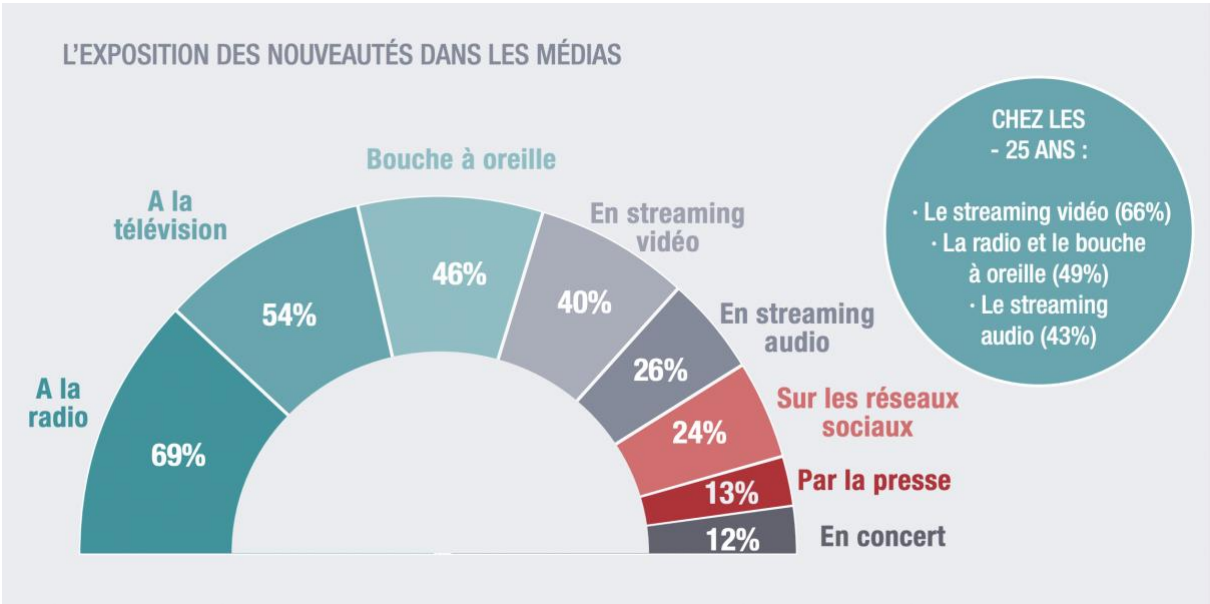
- STERNAL, M. (2017). *Value Creation between Art and Industry – Musicians and their Entrepreneurial Intentions*. Zarządzanie w Kulturze, 18(3). <https://doi.org/10.4467/20843976zk.17.023.7473>
- STRACHAN, R. (2007). *Micro-Independent Record Labels in the UK Discourse, DIY Cultural Production and the Music Industry*. European Journal of Cultural Studies, 10 (2), 245–265.
- SULLIVAN, D. (s.d). *You Really Got me – The Kinks – Song Review*. En ligne <https://www.allmusic.com/song/you-really-got-me-mt0033940816>, consulté le 12 juillet 2023.
- TAGG, P. (1982). *Analysing Popular Music: Theory, Method and Practice*. Popular Music. 2, 37–67. <http://www.jstor.org/stable/852975>
- TAHA, M. (2011). *Rise of the Bedroom Producer*. Mota Films.
- UMNEY, C. (2021). « Musiciens fonctionnels », technologie et rapport de classe. Volume, 18(1), 81-94. <https://doi.org/10.4000/volume.9021>
- VANDRECK, S. (2023). *Dérives de l'industrialisation du secteur de la musique, les difficultés de plus en plus grandes des artistes indépendants*. RTBF. En ligne <https://www.rtbf.be/article/derives-de-lindustrialisation-du-secteur-de-la-musique-les-difficultes-de-plus-en-plus-grandes-des-artistes-independants-11190704>, consulté le 19 mai 2023.
- VARNUM, M. E. W., KREMS, J. A., MORRIS, C., WORMLEY, A., & GROSSMAN, I. (2021). *Why are song lyrics becoming simpler ? a time series analysis of lyrical complexity in six decades of American popular music*. PLOS ONE, 16(1). <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0244576>
- WADLFOGEL, J. (2012). *Copyright protection, technological change, and the quality of new products: Evidence from recorded music since Napster*. The journal of law and economics, 55(4), 715-740.
- WALZER, D. A. (2017). *Independent music production: how individuality, technology and creative entrepreneurship influence contemporary music industry practices*. Creative Industries Journal, 10(1), 21-39.
- WEISSMAN, D. (2003). *The Music Business: Career Opportunities and Self Defence*. Three Rivers Press.

WILLIAMSON, J., & CLOONAN, M. (2007). *Rethinking the music industry*. Popular music, 26(2), 305-322.

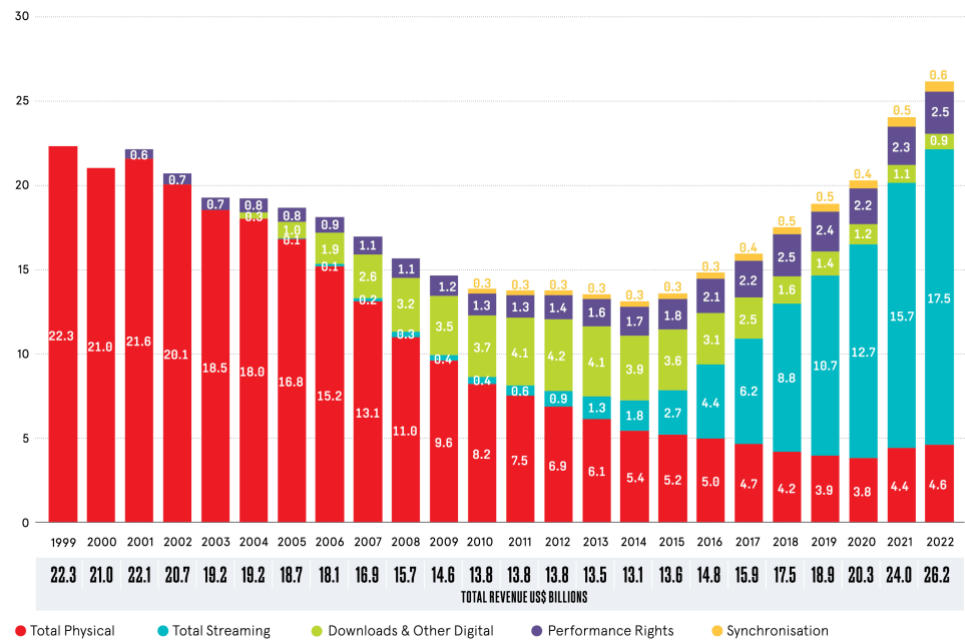
WORLDWIDE INDEPENDENT NETWORK (WIN). (2016). *Worldwide Independent Market Report*. The Global Economic & Cultural Contribution of Independent Music 2015.

Annexes

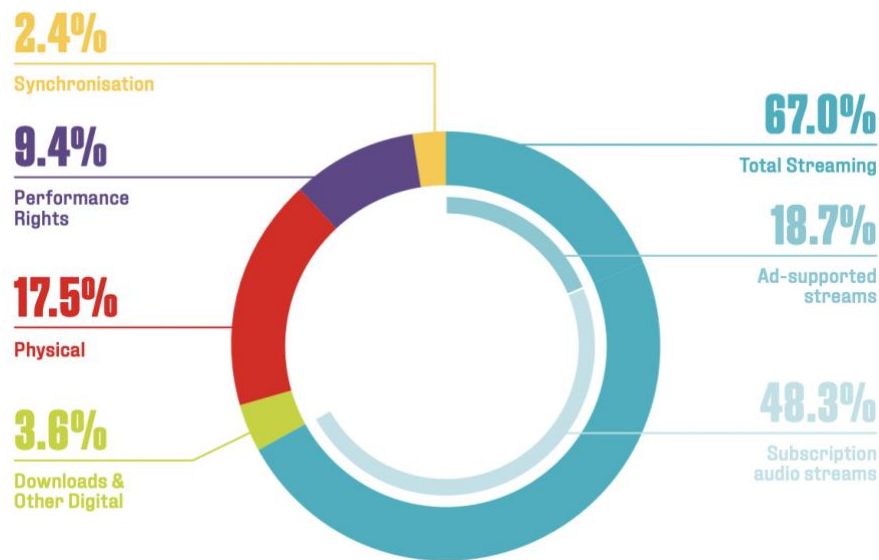
Annexe 1 – Exposition du public aux nouveautés (SNEP, 2020)



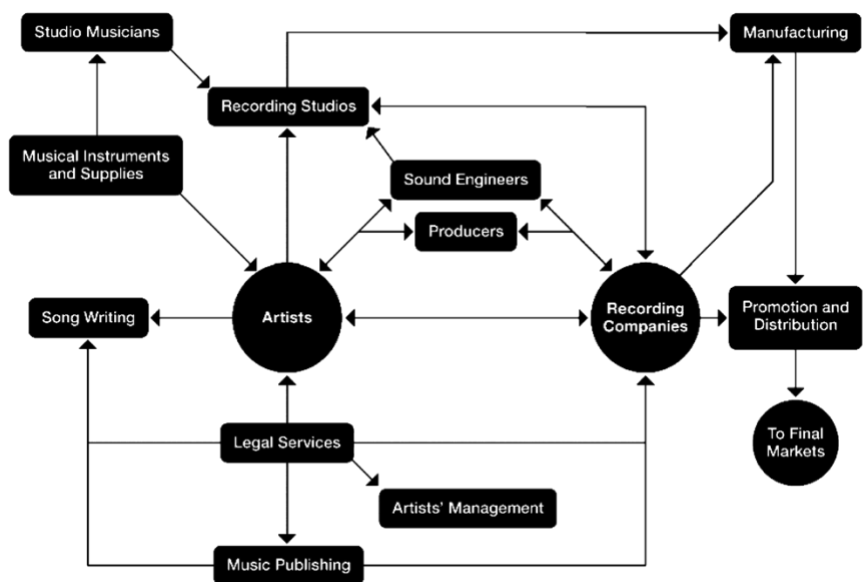
Annexe 2 – Chiffre d’affaire total de musique enregistrée entre 1999 et 2022 (en milliards de USD) (IFPI, 2023).



Annexe 3 – Revenu Mondial de la musique enregistrée par segment en 2022 (IFPI, 2023).



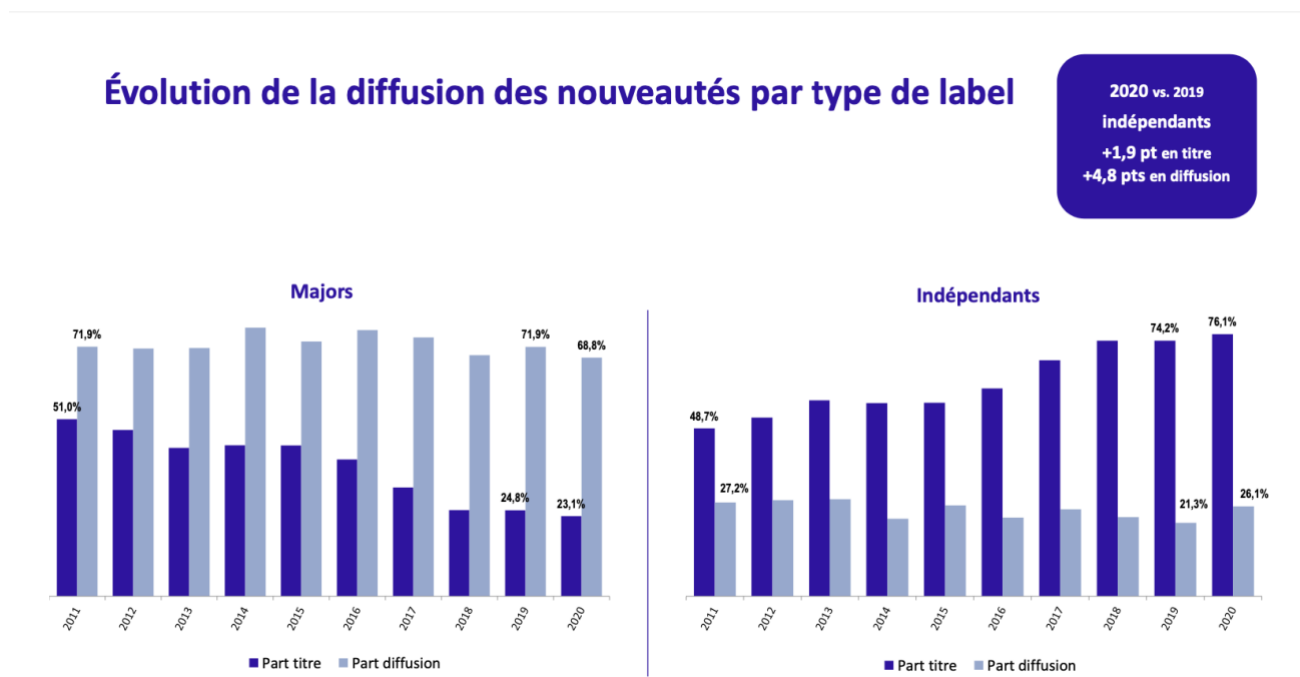
Annexe 4 – Modèle traditionnel des services contrôlés par les majors (Hracs, 2012).



Annexe 5 – Top 10 des labels en 2020 et distributeur (CNM, 2021).

Label	Distributeur	Type
ISLAND-DEF JAM	UNIVERSAL	MAJOR
WEA	WARNER MUSIC	MAJOR
POLYDOR	UNIVERSAL	MAJOR
RCA GROUP	SONY MUSIC	MAJOR
COLUMBIA	SONY MUSIC	MAJOR
CAPITOL MUSIC FRANCE	UNIVERSAL	MAJOR
PLAY TWO	DIVERS	JOINT VENTURE
CAROLINE	UNIVERSAL	MAJOR
PARLOPHONE MUSIC FRANCE	WARNER MUSIC	MAJOR
REC. 118	WARNER MUSIC	MAJOR
Total 2020		

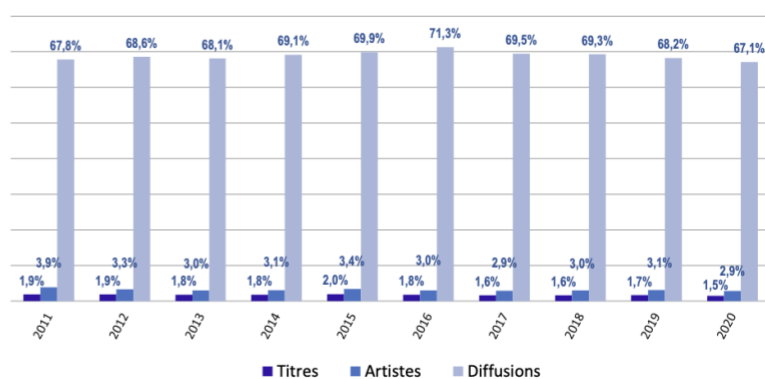
Annexe 6 – Comparaison de la part des titres diffusés et diffusion totale entre majors et indépendants (CNM, 2021)



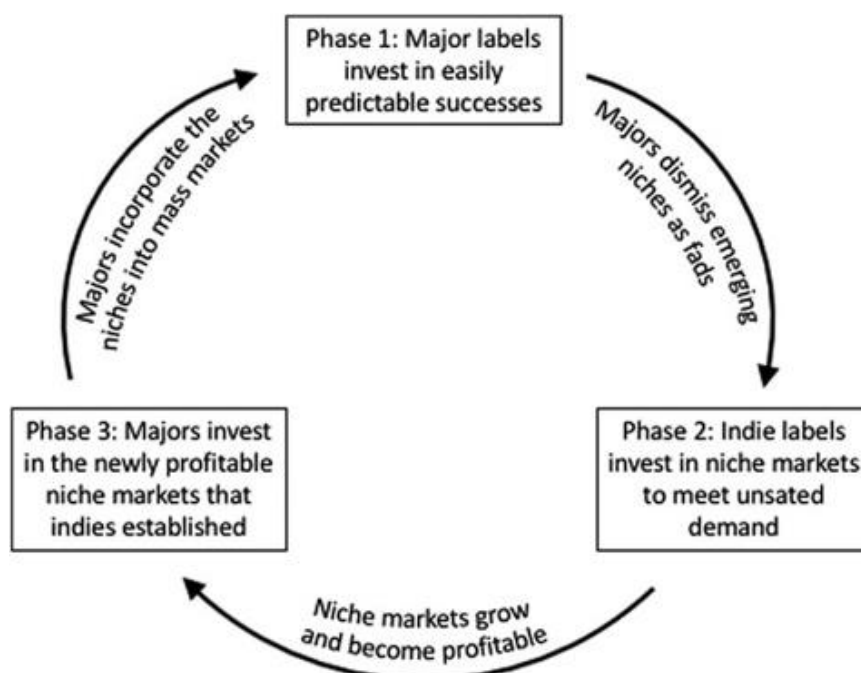
Annexe 7 – Proportion des artistes et titres dans la diffusion (CNM, 2021)



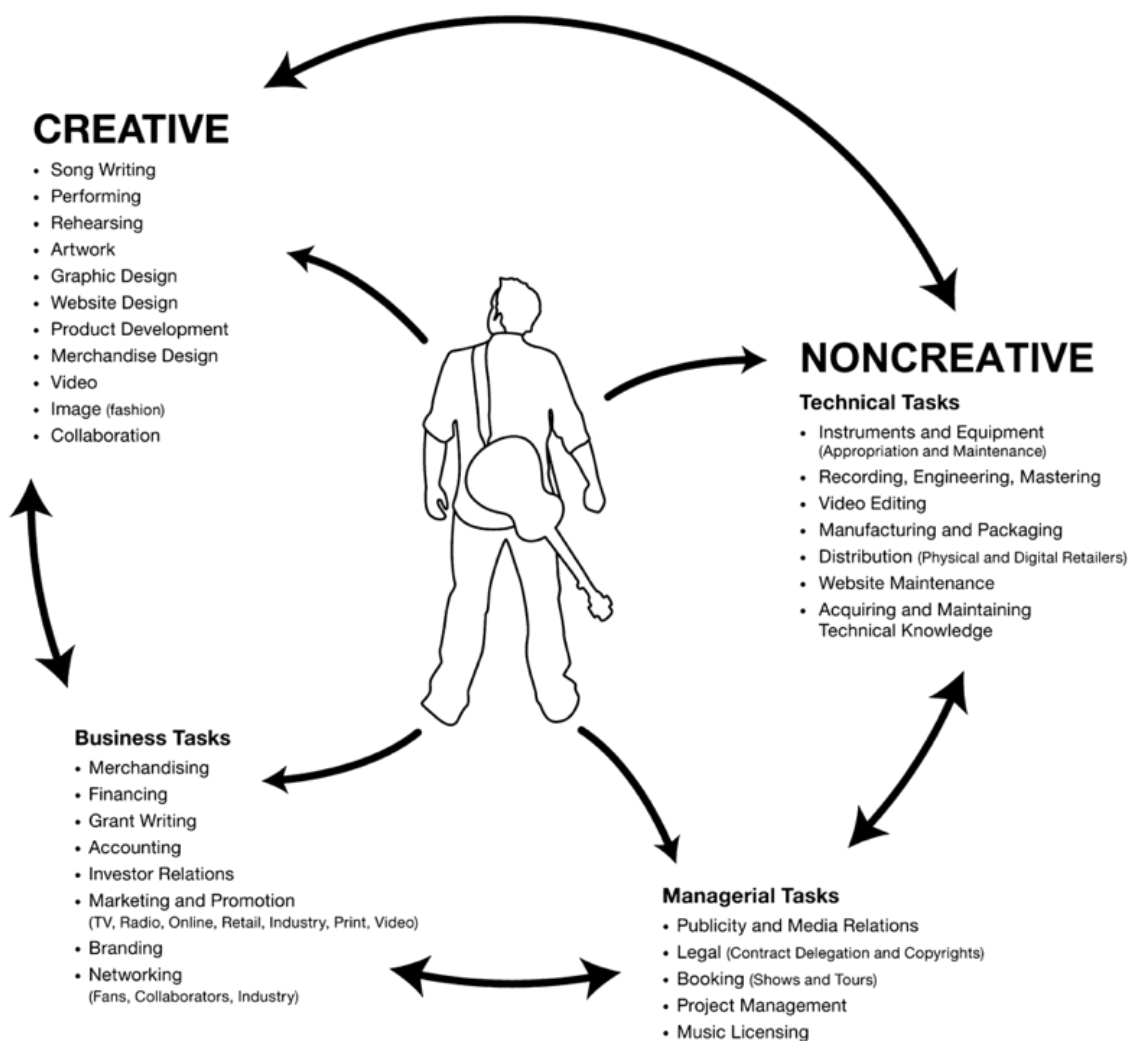
Diffusés > 400 fois
1,5% des titres
2,9% des artistes
67,1% des diffusions
8 stations leur accordent
+ de 50% de leurs diffusions



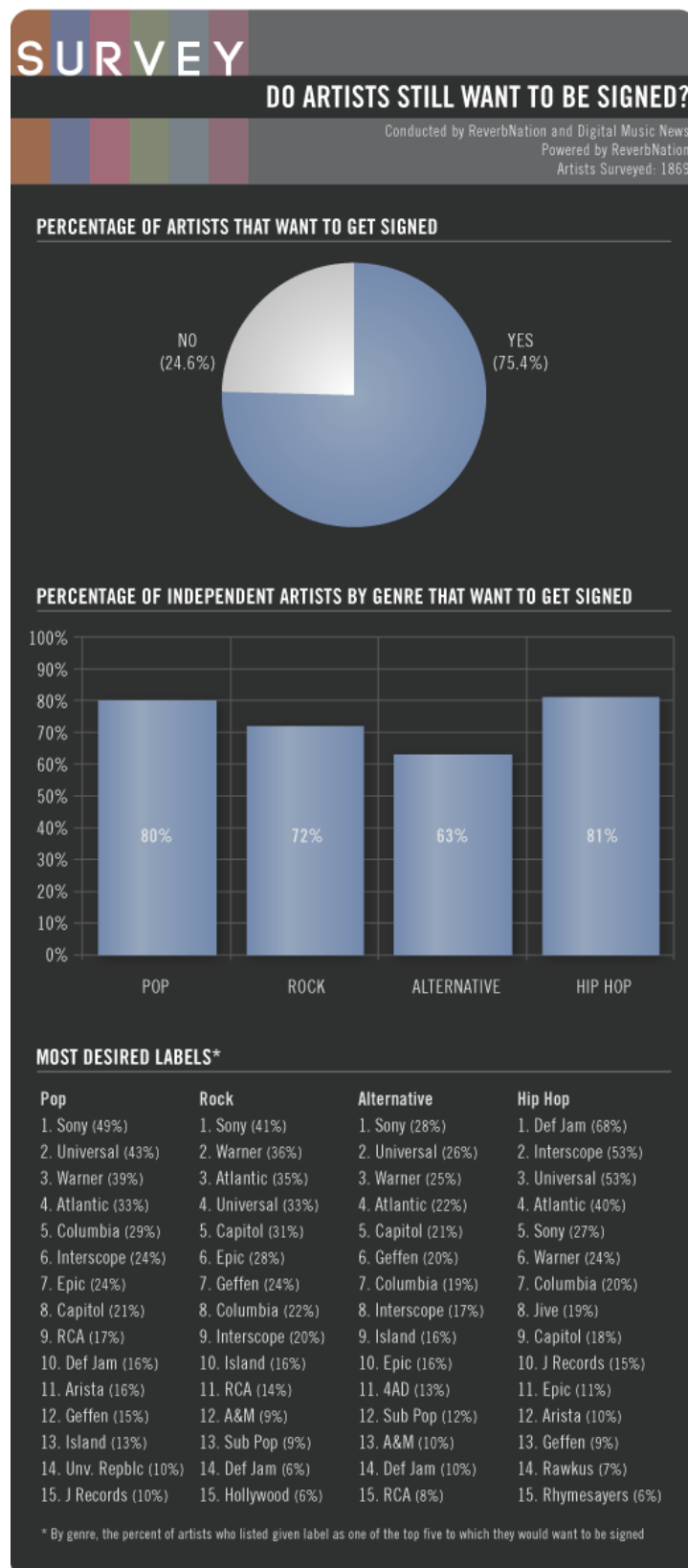
Annexe 8 – Cycle d'intégration des innovations (Mall, 2018).



Annexe 9 – Tâches créatives et non créatives de la production de la musique indépendante (Hracs, 2012).



Annexe 10 – Enquête sur la volonté des artistes indépendants à signer un contrat dans une maison de disques en 2011 (ReverbNation & Digital Music News, 2011).



Annexe 11 – Lieux et dates des entretiens

Artiste	Lieu d'interview	Date d'interview
Coralien	Louvain-la-Neuve	2 août 2023
Elysiane	Louvain-la-Neuve	28 juillet 2023
Gustave Brass Band	Bruxelles	31 juillet 2023
Lo Bailly	Bruxelles	1 août 2023
Quentin Leonnetti	Mons	28 juillet 2023
Roza	Bruxelles	25 juillet 2023
Stanmore	Louvain-la-Neuve	29 juillet 2023
Steem	Ciney	22 juillet 2023
Triplay	Musson	26 juillet 2023
Groupe A***	Bruxelles	27 avril 2023
Groupe B***	Bruxelles	21 avril 2023
Boris Engels (Manager)	Louvain-la-Neuve	25 avril 2023

Annexe 12 – Questionnaire de référence

Questionnaire

Questions préliminaires : âge, nombre d'années en activité, quantité de projets diffusés, genre-style musical, nombre de personnes au centre du projet

- Quelles sont leurs motivations et idéologie ? Pourquoi être indépendant ?
- Quel matériel utilisent-ils ? Où et comment se le fournissent-ils ? Pourquoi utilisent-ils ce matériel et pas un autre ?
- Se procurent-ils du matériel spécifique et détournent-ils l'utilisation de certaines ressources ? Se sentent-ils limités dans l'accès au matériel et comment réagissent-ils dans le cas où il ne leur est pas accessible ?
- Quelles sont les personnes avec qui les artistes collaborent au niveau artistique ? Comment constituent-ils ce réseau artistique ?
- Pourquoi décident-ils de passer ou pas par d'autres personnes ? Comment les recrutent-ils ? Que leur offrent-ils en échange de leurs services et sur quelles bases ?
- Quels sont les avantages et contraintes qu'implique cette répartition des tâches ?
- Quels sont les intermédiaires avec qui les artistes collaborent dans la production et la distribution ? Sur quelles bases les ont-ils choisis ?
- Quels genres et formats musicaux sont favorisés par le système de distribution ? Cadrent-ils plus ou moins avec ce système ?
- Comment distribuent-ils leurs morceaux et pourquoi de cette manière-là ? Quel public veulent-ils toucher et comment le font-ils ?
- Souhaitent-ils vivre de leur musique et quel en est l'impact sur leur activité ? De quelle manière financent-ils leur pratique ? Doivent-ils exercer une activité alimentaire ?
- Quelle est la place des nouvelles technologies dans leur processus de création, production et distribution ?
- Se sentent-ils considérés comme professionnels ou amateurs et est-ce que ces considérations leur ont fermé des portes ? Quels sont leurs standards de production ?
- Leur entourage de production les aident-ils plutôt à approfondir leur vision artistique ou à leur donner un cadre artistique

